



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO EXTERIOR

CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

TESIS DE GRADO

Previa la obtención del título de

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE FLORES
HACIA EL PAÍS DE JAPÓN, CIUDAD DE TOKIO. DE LA EMPRESA
OPERFLOR CARGO CÍA. LTDA. UBICADA EN EL CANTÓN QUITO,
PROVINCIA DE PICHINCHA. PERIODO 2015-2019”.**

AUTORA:

MARIBEL JENNY YÁNEZ IBARRA

RIOBAMBA – ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de investigación sobre el tema “*PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE FLORES HACÍA EL PAÍS DE JAPÓN, CIUDAD DE TOKIO, DE LA EMPRESA OPERFLOR CARGO CÍA. LTDA., UBICADA EN EL CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA. PERIODO 2015-2019.*” previo a la obtención del título de Ingeniera en Comercio Exterior, ha sido desarrollado por la Srta. *MARIBEL JENNY YÁNEZ IBARRA*, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

ING. NORBERTO HERNÁN
MORALES MERCHÁN
DIRECTOR DE TESIS

ING. JORGE IVÁN
CARRILLO HERNÁNDEZ
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Yo, *MARIBEL JENNY YÁNEZ IBARRA*, estudiante de la Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior de la Facultad de Administración de Empresas, declaro que la tesis que presento es auténtica y original. Soy responsable de las ideas expuestas y los derechos de autoría corresponden a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

MARIBEL JENNY YÁNEZ IBARRA.

DEDICATORIA

Este presente trabajo se lo dedico en primer lugar a mi Dios quién supo guiarme por el buen camino, a mi querido padre Rubencito y a mi madrina Eufemia aunque no están junto a mí pero han sido el motor principal y la fuerza necesaria para poder concluir con uno de mis sueños, a mi madre Carmencita por su sacrificio y esfuerzo constante.

A mis hermanos Roció y Darío por estar siempre presentes, a mí sobrino Jair y a mi querido Cesítar quien son y serán mi motivación, inspiración y sobre todo mi felicidad.

A mi familia especialmente a mi ñaña Laurita y Angelito quienes fueron mi apoyo moral y económica durante toda mi carrera universitaria.

Maribel Jenny Yáñez Ibarra

AGRADECIMIENTO

Mi sincero agradecimiento a Dios y a mi Patrón Santiago por bendecirme para llegar a culminar con éxito uno de mis objetivos.

A mis padres Carmencita y Rubencito por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida. Y sobre todo por ser un excelente ejemplo de vida a seguir.

A mis hermanos Rocío y Darío por ser parte importante de mi vida. A mis primos Glendita y Gustavito por ser un ejemplo de unión y hermandad. A Silvita, Michael y Cesítar por ser mi inspiración y mi orgullo.

Mi fraterno agradecimiento a mi director de tesis Ing. Norberto Morales y a mi asesor Ing. Iván Carrillo por su amistad, apoyo, paciencia y enseñanza constante durante la elaboración de mi tesis.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior, mis más sinceros agradecimientos por la apertura de sus puertas y en especial por la formación académica y conocimientos adquiridos en cada uno de los semestres y porque no a mis queridos maestros politécnicos quienes supieron brindarme su amistad y sus enseñanzas.

A mis abuelitos Emiliano y Tarcila, a mis padrinos, tíos, primos y demás familiares por estar pendientes siempre de mí. A mis amigos por su amistad sincera y por cada momento que compartimos juntos.

A todas las personas allegadas que siempre estuvieron pendientes de mis logros y en especial que confiaron y me apoyaron en cada paso que he dado, que nunca me dejaron desmayar en los momentos duros que la vida me lo dio.

Muchas gracias y que Dios me los bendiga.

TABLA DE CONTENIDO

Portada.....	I
Certificación del tribunal	II
Certificado de responsabilidad	III
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento	V
Índice de ilustraciones	X
Índice de tablas	XI
Resumen ejecutivo.....	XIII
Summary.....	XIV
Introducción.....	XV
Capítulo I.....	1
Problema.....	1
1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.1.1. Formulación del problema.....	2
1.1.2. Delimitación del problema	2
1.2. Justificación	2
1.3. Objetivos.....	3
1.3.1. Objetivo general	3
1.3.2. Objetivos específicos.....	4
Capítulo II.....	5
Marco teórico.....	5
2.1 Antecedentes	5
2.1.1 Antecedentes históricos.....	6
2.1.1.1 Características generales del sector floricultor ecuatoriano	6
2.1.1.2. Descripción del producto y del sector.....	7
2.1.1.3. Ubicación geográfica del sector en el Ecuador.....	8
2.1.1.4. Producción nacional	8
2.2 Fundamentación teórica	10
2.2.1 Acuerdo comercial	10
2.2.1.1. De cooperación internacional	10
2.2.1.2. De integración internacional	10

2.2.2 Comercialización	11
2.2.3 Estudio de factibilidad.....	11
2.2.3.1 Objetivos de un estudio de factibilidad.....	12
2.2.3.2 Recursos de los estudios de factibilidad	13
2.2.3.3 Presentación de un estudio de factibilidad	13
2.2.4 Mercados internacionales.....	14
2.2.5 Proyecto.....	14
2.2.5.1 Fases de un proyecto	15
2.2.5.2 Tipos de proyectos.....	15
2.2.6 Rosas.....	16
2.2.6.1 Producción y variedades en el Ecuador	16
2.2.6.2 Propiedades.....	16
2.3 Marco conceptual	17
2.4. Idea a defender	20
2.6. Tipos de investigación.....	20
Capítulo III	21
Estudio de mercado	21
3.1. Definición de estudio de mercado	21
3.2. Objetivos del estudio de mercado.....	21
3.3. Producción nacional de flores	21
3.3.3 Evolución de las exportaciones de flores periodo	26
3.4. Análisis global sobre la producción de flores	29
3.4.1. Productores mundiales de flores.....	29
3.5. Relaciones comerciales entre Ecuador y Japón	34
3.5.1 Balanza comercial entre Japón y Ecuador.....	36
3.6. Mercado japonés	39
3.6.1 Información general.....	39
3.6.2 Datos generales	40
3.6.3 Economía de Japón.....	41
3.6.4 Logística de transporte	41
3.7 Demanda.....	45
3.7.1 Metodología para cuantificar la demanda	45
3.7.2 Segmentación de mercado	46

3.7.3 Factores que afectan la demanda	47
3.7.4 Análisis de la producción interna de flores en Japón.....	48
3.7.5 Análisis de las importaciones de flores en Japón	48
3.7.5 Análisis de las exportaciones de flores en Japón.....	49
3.7.6 Consumo aparente	49
3.7.7 Población económicamente activa en Japón	50
3.7.8 Consumo per cápita	52
3.7.9 Demanda insatisfecha.....	53
3.8 Oferta	54
3.8.1 Oferta del proyecto	55
3.8.2 Factores que afectan a la oferta.....	55
Capítulo IV	61
Marco propositiva.....	61
4.1 Tema	61
4.2 Reseña histórica de la empresa.....	61
4.3 Marco legal	64
4.3.1 Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE)	64
4.3.2 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión COPCI.....	64
4.3.3 Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI).....	65
4.3.4 Expoflores	65
4.3.5 Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR)	65
4.3.6 Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).....	66
4.3.7 Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana	66
4.3.8 Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD)	66
4.3.9 Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP)	67
4.3.10 Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP)	67
4.3.11 Servicio de Rentas Internas (SRI)	67
4.3.12 Ley de Sanidad Vegetal	68
4.4 Estudio técnico	68
4.4.1 Objetivos del estudio técnico	68
4.5 Tamaño del proyecto	69
4.5.1 Localización del proyecto.....	69
4.5.2 Ingeniería del proyecto.....	69

4.5.3 Invernaderos	84
4.5.4 Cultivo	85
4.5.5 Control fitosanitario.....	86
4.5.6 Post cosecha.....	87
4.5.7 Empaque	88
4.5.8 Transporte	89
4.6 Localización.....	90
4.6.1 Macro-localización	90
4.6.2 Micro-localización.....	91
4.7 Distribución de planta.....	91
4.7.1 Requerimiento de la mano de obra y generación de empleo	94
4.8 Proceso de exportación.....	95
4.8.1 Exportación.....	97
4.8.1.1 Requisitos para ser exportadores	97
4.8.1.2 Requerimientos para exportar	97
4.8.2 Procedimiento aduanero.....	99
4.8.3 Condiciones de compra (incoterms más utilizados).....	102
4.8.4 Sistema de medidas	102
4.8.5 Condiciones de pago	102
4.8.6 Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado	103
4.8.7 Procedimiento legal para la importación de productos en japon.....	105
4.8.8 Preferencias arancelarias.....	106
4.9. Canales de distribución	107
Capítulo V	109
Estudio financiero.....	109
5.1 Estados financieros	109
5.1.1 Balance general	109
5.1.2 Estado de resultados	111
5.1.3 Flujo de efectivo	112
5.1.4 Valor actual neto	114
5.1.5 Tasa interna de retorno (tir)	115
5.1.6 Relación beneficio/costo.....	116
Conclusiones.....	118

Recomendaciones	119
Bibliografía.....	120
Anexos.....	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

No.	TÍTULO	
1	Producción por tipo de flor	10
2	Exportaciones ecuatoriana de flores valor fob miles usd	23
3	Evolución del fob	24
4	Evolución exportación flores en toneladas	25
5	Exportación ecuatoriana por grupo de producto.....	29
6	Exportaciones mundiales de flores	30
7	Importación mundial de floresmiles usd	32
8	Importación de flores frescas.....	33
9	Inversión extranjera directa de Japón en Ecuador	35
10	Mapa de Japón	39
11	Lineas navieras y consolidados con oferta de servicio a Japón.....	42
12	Conexiones de aerolíneas prestadoras de servicio a Japón.....	44
13	Organigrama estructural	63
14	Invernadero de la finca	71
15	Siembra y regadío de injertos de yema.....	72
16	Área de post cosecha	74
17	Flujograma del proceso de post cosecha	74
18	Hidratación de las flores	75
19	Puntos de apertura	76
20	Embonchado	77
21	Cuarto frio	78
22	Empacado	79
23	Clases de rosas.....	81
24	Macro-localización	90
25	Micro-localización.....	91
26	Etiqueta caja de flores	104
27	Sistema de embalaje	104
28	Canales de distribución.....	107

ÍNDICE DE TABLAS

No.	TÍTULO	
1	Hectáreas de producción.....	9
2	Producción de flores por tipo de fincas	9
3	Evolución del valor fob	23
4	Evolución exportación flores toneladas.....	24
5	Exportaciones ecuatorianas de flores	27
6	Exportaciones por producto.....	28
7	Tipos de flores	29
8	Exportaciones mundiales.....	30
9	Principales países exportadores de flores	31
10	Principales destinos de exportación.....	32
11	Principales importadores mundiales.....	34
12	Balanza comercial Japón.Ecuador	36
13	Principales productos exportados por Ecuador hacia Japón.....	37
14	Principales productos importados por Ecuador desde Japón.....	38
15	Principales sectores productivos de Japón	41
16	Costos de navieras	42
17	Costos de las aerolíneas.....	44
18	Proyección de la demanda	45
19	Importación de flores a Japón.....	48
20	Cuadro de la proyección de las importaciones de flores en Japón, periodo 2014-2019.....	48
21	Exportaciones de flores en japon, periodo 2011-2013	49
22	Proyección de la exportación de flores en Japón.....	49
23	Consumo aparente	50
24	PEA histórico de Japón.....	51
25	Cálculos para la proyección de la PEA de Japón	51
26	PEA de Japón proyectada del 2013-2019.....	52
27	Consumo per capitá de flores en Japón	52
28	Consumo recomendado de flores	53
29	Déficit por habitante	53
30	Déficit total	54
31	Oferta del proyecto	55
32	Precios promedios de rosas frescas	57
33	Top down temporada baja	59
34	Top down temporada alta	60
35	Tarifas de entrada aplicadas por japon a productos ecuatorianos	106
36	Estado de situación financiera	110
37	Estado de resultados	111
38	Flujo de efectivo	112
39	Cálculo proyección de ingresos.....	113

40	Cálculo proyección de egresos	113
41	Flujo de efectivo proyectado	114
42	Indicadores financieros.....	117

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo de las florícolas es incrementar sus utilidades y esto se lo puede conseguir a través de la búsqueda de nuevos mercados económicamente independientes, por tal razón el objetivo de este proyecto es ingresar al mercado japonés ya que tiene oportunidades para la exportación de rosas. El mercado Japonés es una oportunidad interesante para la ubicación de rosas, dada la existencia de fechas y actividades importantes donde existe alta demanda del producto, lo cual beneficia a la Empresa Operflor Cargo Cía. Ltda., obteniendo ventas seguras anuales. El mercado Japonés está dispuesto a pagar mayores precios por las rosas, ya que conocen que las rosas ecuatorianas son de alta calidad, y que tienen características y una amplia variedad que ningún otro país ofrece. En calidad, el principal competidor de Ecuador en la venta de rosas a Japón es Holanda, pero este país cuenta solo con producción estacional, lo que le da una ventaja competitiva al país ya que se produce durante todo el año. Los resultados más relevantes de este proyecto se justifican de los índices financieros en donde para iniciar con un negocio de exportación de rosas se requiere una inversión de \$420.000 y con una Tasa Interna de Retorno del 112%. Se concluye que iniciar un negocio de exportación de rosas al mercado Japonés es definitivamente una alternativa para un emprendedor ecuatoriano, no solo que esté interesado en su propio desarrollo económico sino también en el de generar más fuentes de empleo y divisas para el país.

SUMMARY

The objective of the floriculture is to increase its profits and this can be achieved through finding new markets economically independent, for that reason the aim of this Project is to enter the Japanese market as it has opportunities for export of roses. The Japanese market is an interesting opportunity to the location of roses, given the existence of important dates and activities where there is high demand for the product, which benefits to Empresa Operflor Cargo Cía. Ltda., obtaining secure annual sales. The Japanese market is willing to pay higher prices for the roses, because they know that Ecuadorian roses are high quality, and have features and a wide variety than any other country offers. As, Ecuador's main competitor in selling roses to Japan is Holland, but this country has only seasonal production, which gives it a competitive advantage to the country as it occurs throughout the year. The most relevant results of this project are justified on financial rating where to start with an export business of roses is required an investment of \$420.000 and an internal rate of return of 112%. It is concluded that starting a business exporting of roses to the Japanese market is definitely an alternative to an Ecuadorian enterprising, not only being interested in their own economic development but also generate more jobs and income for the country.

INTRODUCCIÓN

El comercio internacional desde el inicio de la historia de la humanidad ha sido una manera de unir a los pueblos, mediante el intercambio no solo de productos sino también de costumbres, tradiciones y sueños.

El cultivo de flores en el Ecuador ha crecido mucho en los últimos años, incrementando constantemente el área de sembrado.

Las flores ecuatorianas son consideradas como las mejores del mundo por su calidad y belleza inigualable. La situación geográfica del país permite contar con microclimas y una luminosidad que proporciona características únicas a las flores como son: tallos gruesos, largos verticales, botones grandes, colores sumamente vivos y el mayor número de días de vida en florero.

Dentro de los cultivos agrícolas no tradicionales de exportación, las flores han ocupado el primer lugar durante los últimos diez años, especialmente las rosas, convirtiéndose en una de las fuentes de empleo y recursos más importantes de nuestro país.

Las principales zonas de cultivo de rosas de exportación están en las Provincias de Pichincha, Cotopaxi, Azuay, Carchi e Imbabura.

Los principales mercados a los cuales van dirigidas las flores ecuatorianas son; Estados Unidos, Holanda, Alemania, Italia, España, Rusia lugares donde se envía cerca del 90% de las ventas.

En los últimos 10 años la tasa de crecimiento anual de las exportaciones de las flores fue del 19,6%, Ecuador exporta flores a 72 países en todo el mundo.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El sector florícola posee una de las industrias más fuertes en muchos países desarrollados y en vías de desarrollo. Esta industria, que se inició a finales del siglo XIX abarca producción y cultivo de flores variadas tales como rosas, claveles, gypsophila, flores de verano, flores tropicales, y otras. Siendo las rosas el producto más cotizado y de mayor demanda a nivel mundial.

Debido a la crisis económica que afecta al mercado objetivo-Estados Unidos, en el cual la florícola basa su actividad económica, la Empresa Operflor Cargo Cía. Ltda., se ha dispuesto buscar un nuevo mercado para la continuidad de la exportación de flores.

La apertura comercial ha motivado que las empresas en especial las florícolas se interesen por las oportunidades que ofrece el mercado a nivel mundial, con el fin de maximizar las utilidades, sin embargo al no existir una planeación adecuada las empresas y sus productores no pueden ingresar con sus productos en excelentes condiciones al destino final; cabe recalcar el alto riesgo de fracaso en la comercialización que sufren nuestras empresas ecuatorianas por el desconocimiento sobre los procedimientos y normativas legales exigidas por los mercados internacionales, lo cual genera pérdidas económicas y de tiempo.

El Ecuador se ha caracterizado por exportar petróleo, artesanías y productos agrícolas los cuales son reconocidos a nivel mundial y han beneficiado a la economía de nuestro país, específicamente nuestra nación es rica en productos agrícolas gracias a las bondades de sus suelos y el clima que permite obtener una mejor calidad de los productos agrícolas a nivel mundial.

Uno de los objetivos de las florícolas ecuatorianas es incrementar o maximizar sus utilidades y esto se lo puede conseguir a través de la búsqueda de nuevos mercados económicamente independientes.

Este estudio se orientará al perfil de comercialización y exportación para el producto de flores ecuatorianas, mediante el desarrollo de un plan de entrada al mercado de Tokio-Japón de la

Empresa Operflor Cargo Cía. Ltda., donde se analiza los costos de financiamiento y comercialización con un estudio de mercado para llegar a una exportación, en el cual se evaluará las posibilidades que ofrece un producto líder de la oferta agro-exportadora, con una oportunidad para incursionar en mercados interesados contamos con ventajas competitivas.

1.1.1. Formulación del Problema

¿Es factible la exportación de flores al país de Japón, ciudad de Tokio, de la Empresa Operflor Cargo Cía. Ltda., ubicada en el Cantón Quito, provincia de Pichincha. Periodo 2015-2019?

1.1.2. Delimitación del Problema

El presente estudio de investigación está orientada a la exportación de flores de la Empresa Operflor Cargo Cía. Ltda., ubicada en la provincia de Pichincha, con destino hacia el mercado de Tokio-Japón, periodo 2015-2019.

1.2. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto de estudio de factibilidad se enmarca en la necesidad de la Empresa Operflor Cargo Cía., Ltda., de contar con nuevos mercados para la apertura de comercialización la misma que contara con el crecimiento socioeconómico del país

Actualmente las flores ecuatorianas son consideradas como las mejores del mundo por su calidad y belleza inigualables. Ecuador es uno de los países que posee mayor diversidad en las flores que ofrece al mundo, entre ellas la Rosa, que tiene más de 300 variedades entre rojas y de colores. La Gypsophila, que en muy poco tiempo ha convertido al Ecuador en el principal productor y con el mayor número de hectáreas en cultivo.

Hace aproximadamente dos décadas, Ecuador descubrió su potencial para cultivar y exportar flores, claveles, crisantemos, gypsophilas, fueron las primeras flores que se sembraron para exportación, y ahora posee una porción importante del mercado internacional. La biodiversidad geográfica del Ecuador y el clima, favorecen el crecimiento de muchas especies de flores, incluidas astromelias, claveles, crisantemos, margaritas, limonios, gypsophilas, flores de verano, etc. Las especies tropicales como la heliconia se cultivan en las áreas cálidas y húmedas del Ecuador. Las variedades de claveles que se cultivan incluyen las “Norla Barlo”, “Charmeur”, “Dark Organe Telster” y “Dallas”.

Poco tiempo después se descubrió que las condiciones de luminosidad de la sierra eran las perfectas para producir rosas de gran tamaño, por lo que la industria creció, cambiando así la vida de algunos cantones en las Provincias de Pichincha, Imbabura, Cotopaxi, Cañar, Azuay, Carchi y Guayas. La situación geográfica del país permite con micro climas y una luminosidad que proporciona características únicas a las flores como son: tallos gruesos, largos y totalmente verticales, botones grandes y colores sumamente vivos y el mayor número de días de vida en florero después de su corte.

El desarrollo de la floricultura abrió posibilidades de trabajo para la población de Cayambe, (mientras las tierras ganaderas empleaban a 5 personas, por cada 50 hectáreas, una hectárea de flores emplea de 10 a 12 personas), Pedro Moncayo y Mejía, en Pichincha, Pujilí, Latacunga, Salcedo, en Cotopaxi, las provincias con mayor concentración de fincas.

La Rosa Ecuatoriana es catalogada como una flor de excelente calidad, ya que ofrece una vida en florero de 12 - 16 días a desmedro de los 7 - 9 días de la flor colombiana; sin embargo, nuestro principal socio comercial, Estados Unidos, se caracteriza por un mercado consumista, lo cual implica una tendencia a la compra de productos de menor precio y relativa calidad.

Operflor Cargo Cía. Ltda., fue fundada en el año de 1994, después de haber sido una agencia de paletizadora denominada Servipalet siendo la primera agencia que se dedicaba a prestar dicho servicio, hoy en día es una agencia especializada en el manejo y exportación de carga perecedera, principalmente de flores y productos de primera clase.

Japón se caracteriza por ser un país con estabilidad económica, política y social que haya evidenciado el interés por nuestras rosas.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad de exportar flores hacia el país de Japón, ciudad de Tokio, para la Empresa Operflor Cargo Cía. Ltda., ubicada en el Cantón Quito, provincia de Pichincha. Periodo 2015-2019.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Analizar las características del mercado Japonés tanto en la producción e importación de flores al consumidor para incrementar la oferta ecuatoriana.
- Establecer los requisitos necesarios para ingresar flores al mercado Japonés.
- Diseñar una propuesta que permita que las flores ecuatorianas sean competitivas en el mercado internacional, y puedan acceder al mercado Japonés

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES

La presente investigación se enmarca en un estudio de factibilidad para conocer la necesidad de la Empresa Operflor Cargo Cía., Ltda., de contar con nuevos mercados para la comercialización la misma que contara con el crecimiento socioeconómico del país.

Para el desarrollo de la presente investigación, se realizó una revisión de trabajos afines que aportaron información complementaria a los aspectos relacionados con el problema de estudio, seguido se apoyó en la internet, Libros y en Tesis que se encuentran al alcance en la Biblioteca de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, sobre temas que se pudieron usar como referencia para la elaboración del plan de tesis.

Con la finalidad de fomentar el presente trabajo de investigación se ha considerado importante tomar como referencia Trabajos investigativos de similar índole, los mismos que se describen a continuación:

La tesis titulada: *“Proyecto de factibilidad para la exportación de flores secas al Japón, periodo 2009-2018”*, de la autoría de Mercedes Belén Padilla Armas, ha llegado a la siguiente conclusión: *“Las flores secas es un producto no tradicional, de esta manera se incentiva a los productores dar valor agregado, con la finalidad de incrementar la balanza comercial mediante la exportación de productos nuevos”*.

Al igual que la tesis titulada *“Proyecto de factibilidad exportación de rosas frescas ecuatorianas al Reino Unido”*, de la autoría de Martha Verónica Cortés Pusdá, ha llegado a la siguiente conclusión: *“Al ser un proyecto nuevo, debe apuntar a todas las regiones del Reino Unido, pero a mediano o largo plazo, cuando se conozca a plenitud el mercado, sería recomendable posicionarnos en Inglaterra, que concentra el 83.70% del total de la población del país”*.

También se encontró la tesis sobre el tema *“Proyecto de factibilidad para la exportación de rosas al mercado ruso”*, de la autoría de Freddy Fernando Acosta Puga, ha llegado a la siguiente conclusión: *“En calidad, el principal competidor del Ecuador en la venta de rosas a Rusia es Holanda, pero este país cuenta solo con producción estacional, lo que le da una ventaja competitiva Ecuador que produce durante todo el año”*.

De los tres trabajos investigados citados anteriormente se puede determinar que tiene algo de común, es decir, que guardan relación directa o indirectamente con la Exportación de Flores que se pone en práctica día a día en las diferentes fincas o empresas florícolas de nuestro país y lo indispensable que se puede hacer conocer la calidad del producto en los diferentes mercados a nivel mundial y sobre todo los beneficios que dejan al Ecuador al momento de exportar.

Se puede determinar que la inexistencia de un proyecto de factibilidad de exportación de flores hacia el mercado de Japón dentro de una empresa puede incidir de manera directa para la toma de decisiones, de esta manera se estaría ayudando no solo a los directivos sino que también a la sociedad en general.

Luego de una revisión y estudio de tesis consultadas en la biblioteca de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, se evidencio que no existen específicamente temas similares al estudio que se va a desarrollar.

2.1.1 Antecedentes Históricos

2.1.1.1 Características generales del sector floricultor ecuatoriano

Actualmente las flores ecuatorianas son consideradas como las mejores del mundo por su calidad y belleza inigualables. Hace aproximada dos décadas, Ecuador descubrió su potencial para cultivar y exportar flores, claveles, crisantemos, gypsophila, rosas fueron las primeras flores que se sembraban para exportación, y ahora posee una porción importante del mercado internacional. La biodiversidad geográfica del Ecuador y el clima favorecen el crecimiento de muchas especies de flores, incluidas astromelias, claveles, crisantemos, margaritas, limonium, gypsophila, flores de verano, etc. Las especies tropicales como la heliconia se cultivan en

áreas cálidas y húmedas del Ecuador. Las variedades de claveles que se cultivan incluyen las Norla Barlo, Charmeur, Dark Organe Teister y Dallas.

Poco tiempo después se descubrió que las condiciones de luminosidad de la sierra eran las perfectas para producir rosas de gran tamaño, por lo que la industria creció, cambiando así la vida de algunos cantones en las provincias de Pichincha, Imbabura, Cotopaxi, Cañar, Azuay, Carchi y Guayas. La situación geográfica del país permite contar con micro climas y una luminosidad que proporciona características únicas a las flores como son: tallos gruesos, largos y totalmente verticales, botones grandes y colores sumamente vivos y el mayor número de días de vida en el florero.

El desarrollo de la floricultura abrió posibilidades de trabajo para la población de Cayambe (mientras las tierras ganaderas empleaban a 5 personas, por cada 50 hectáreas una hectárea de flores emplea de 10 a 12 personas), Pedro Moncayo y Mejía, en Pichincha; Pujilí, Latacunga, Salcedo, en Cotopaxi; las dos provincias con mayor concentración de fincas.

Las exportaciones del sector floricultor, uno de los motores del comercio exterior de Ecuador, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), el número de personas ocupadas en el sector de las flores se mantienen estable respecto a años anteriores, pues entre puestos directos e indirectos existen 120,000 plazas ocupadas al año 2012, especialmente en las zonas de Cayambe, Tumbaco (Pichincha), Cotopaxi y Azuay. (Inversiones, 2013)

2.1.1.2.Descripción del Producto y del Sector

Ecuador es uno de los países que posee mayor diversidad en las flores que ofrece al mundo, entre ellas la Rosa, que tiene más de 300 variedades entre rojas y de colores. La Gypsophila, que en muy poco tiempo ha convertido al Ecuador en el principal productor y con el mayor número de hectáreas en cultivo, el Limonium, Liatris, Aster y muchas otras flores de verano.

El Clavel, con características especiales en sus diferentes variedades, colores, tallos verticales y el mayor número de días de vida en florero. El Crisantemo y Pompón de tamaño y colores únicos. Las Flores Tropicales con más de 100 variedades que se caracterizan por sus formas variadas, colores, tamaños, por su larga vida después del corte, no necesitan de refrigeración y por ser muy fuertes, resisten la manipulación. Las gerberas, girasoles y las vistosas anuales del género “Geodetia” (Clarkia) también se cultivan, al igual que los crisantemos que se dividen en tres clases: margaritas, ornamentales y noveles.

La Rosa, que figura como la líder del conjunto exporta más de 60 variedades, incluidas las variedades de la rosa roja “First Red”, “Classi”, “Dallas”, “Mahalia”, “Madame del Bar” y “Royal Velvet”. Las variedades de la rosa amarilla que se cultivan son la “Allsmer Gold” y la “Skyline”. Otras incluyen las rosas de pinpollo “Anna Nubia” y las de color púrpura “Ravel” y “Gretta”. Naturalmente, las hay de todos los tonos intermedios también. Las flores de corte, en particular las rosas, concluyen la porción más importante de la tora de exportación. (Inversiones, 2013)

2.1.1.3.Ubicación geográfica del sector en el Ecuador

La ubicación geográfica es muy amplia dependiendo del tipo de cultivo. Las rosas se producen en la sierra ecuatoriana que abarca provincias como Pichincha, Cotopaxi, Cayambe. Las flores tropicales se producen también en el noroccidente de Pichincha y en la costa ecuatoriana, Guayas. Las Flores de Verano y otras variedades se producen en la sierra ecuatoriana.

Las flores tropicales poseen intensos y brillantes colores. Su duración en florero va de 10 a 15 días, pudiéndose añadir gotas de limón al agua, como un preservante floral natural. La producción se centra en las provincias: Pichincha, Cotopaxi, Azuay, Imbabura, Guayas, Cañar, Chimborazo, Carchi y Loja.

La mayoría de fincas dedicadas a flores de verano siembra gypsophila, hypericum, delphinium y lirios, y se encuentran en Cayambe, Quito, Tabacundo, Machachi, Latacunga, Ambato y Cuenca.

La situación de las fincas quiteñas es favorable, sobre todo, en El Quinche (2450 msnm), al oriente de la ciudad, donde hay temperaturas promedio de 14.5 y 15°C. Cada vez más fincas utilizan métodos orgánicos para los sembríos, lo cual es un plus en la producción. La planta no se estresa con el exceso de químicos, el follaje no es acartonado, en florero los capullos se abren naturalmente. (Inversiones, 2013)

2.1.1.4.Producción nacional

Para el 2012 en el Ecuador había unas 571 haciendas productoras de flores, las cuales totalizaban unas 4,000 hectáreas en 13 Provincias: Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi,

Tungurahua, Chimborazo, Cañar, Azuay, Esmeraldas, Santo Domingo de los Tsáchilas, Guayas, Los Ríos y Santa Elena.

Tabla 1 HECTÁREAS DE PRODUCCIÓN

HECTÁREAS DE PRODUCCIÓN FLORES EN ECUADOR	
2012	
Promedio de Hectáreas por finca	7.1
Promedio de variedades por hectárea	4.6
Promedio de variedades por finca	57

Fuente: FLORECUADOR

Elaborado: Maribel Yáñez I.

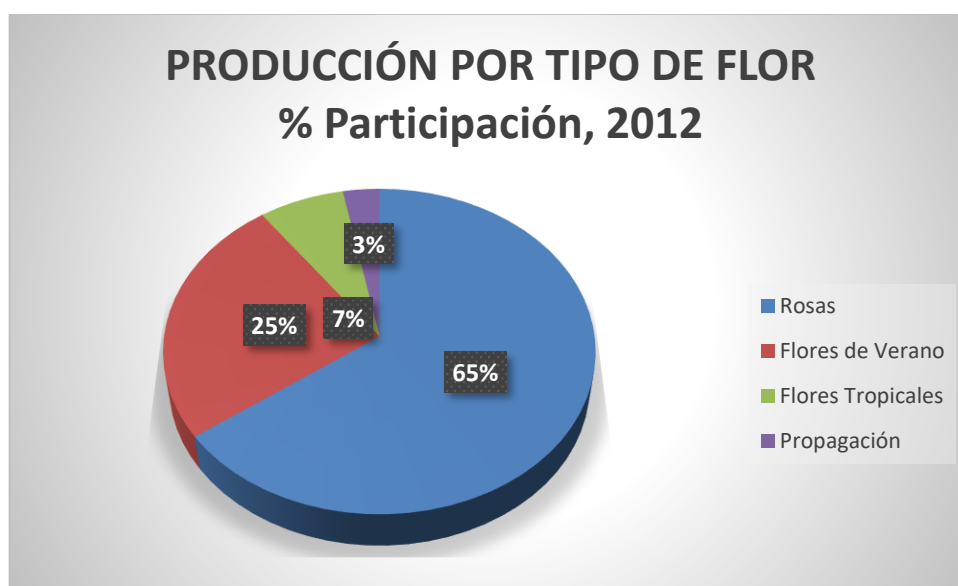
Tabla 2 PRODUCCIÓN DE FLORES POR TIPO DE FINCAS

PRODUCCIÓN DE FLORES POR TIPO DE FINCAS		
2012		
Tamaño	Participación	Hectáreas Promedio
Pequeñas	62%	6.12
Medianas	28%	13.9
Grandes	10%	37.2

Fuente: FLORECUADOR

Elaborado: Maribel Yáñez I.

Ilustración 1 PRODUCCIÓN POR TIPO DE FLOR



Fuente: FLORECUADOR

Elaborado: Maribel Yáñez I.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Acuerdo comercial

Es un entendimiento bilateral o multilateral entre estados, cuyo objeto es armonizar los intereses respectivos de los nacionales de las partes contratantes y aumentar los intercambios comerciales. Existen dos tipos de acuerdos comerciales:

2.2.1.1. De cooperación internacional

Es un sistema mediante el cual se asocian varios estados con el fin de alcanzar determinados objetivos comunes que responden a sus intereses solidarios, sin que la acción emprendida, ni las medidas adoptadas para alcanzarlos, afecten esencialmente a sus jurisdicciones o a sus prerrogativas de estado soberano.

2.2.1.2. De integración internacional

Es un sistema por el que se unen varios estados, aceptando no hacer valer unilateralmente sus jurisdicciones y delegando su ejercicio en una autoridad supranacional, en la que se opera la fusión de sus intereses, y a cuyas decisiones aceptan someterse mediante el control y los

procedimientos adecuados, para todo aquello que se refiera al sector de actividades encomendado a la alta autoridad. (Gestiopolis, 2014)

2.2.2 Comercialización

Es la acción y efecto de comercializar (poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta). (Definiciones, 2008)

Mediante la comercialización Operflor Cargo Cía. Ltda., podrá identificar la variedad de clientes con los que se maneja, lo cual permitirá tomar una decisión adecuada para seguir incrementando ventas y fomentar dichos resultados a las autoridades para que puedan ellos tomar sus propias decisiones que conlleven al crecimiento de la misma.

2.2.3 Estudio de Factibilidad

Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación.

“Los estudios de factibilidad consideran la factibilidad técnica, económica y operacional de cada alternativa, así como si el proyecto es o no apropiado dados los factores políticos y otros del contexto institucional.

Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, la factibilidad se apoya en 3 aspectos básicos:

- Operativo
- Técnico
- Económico

El éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada uno de los tres aspectos anteriores”

2.2.3.1 Objetivos de un Estudio de Factibilidad

Auxiliar a una organización a lograr sus objetivos.

Cubrir las metas con los recursos actuales en las siguientes áreas.

Factibilidad Técnica

Mejora del sistema actual.

Disponibilidad de tecnología que satisfaga las necesidades.

Factibilidad Económica

Tiempo del analista.

Costo de estudio.

Costo del tiempo del personal.

Costo del tiempo.

Costo del desarrollo/adquisición.

Factibilidad Operativa

Operación garantizada.

Uso garantizado.

La investigación de factibilidad en un proyecto que consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos. La búsqueda de estos objetivos debe contemplar los recursos disponibles o aquellos que la empresa puede proporcionar, nunca deben definirse con recursos que la empresa no es capaz de dar.

En las empresas se cuenta con una serie de objetivos que determinan la posibilidad de factibilidad de un proyecto sin ser limitativos. Estos objetivos son los siguientes:

- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas de la empresa.
- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- Aceleración en la recopilación de datos.
- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de tareas.
- Automatización optima de procedimientos manuales.

2.2.3.2 Recursos de los estudios de Factibilidad

La determinación de los recursos para un estudio de factibilidad sigue el mismo patrón considerado por los objetivos vistos anteriormente, el cual deberá revisarse y evaluarse si se llega a realizar un proyecto.

Estos recursos se analizan en función de tres aspectos: Operativos, Técnicos y Económicos.

Factibilidad Operativa

Se refiere a todos aquellos recursos donde interviene algún tipo de actividad (Procesos), depende de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto. Durante esta etapa se identifican todas aquellas actividades que son necesarias para lograr el objetivo y se evalúa y determina todo lo necesario para llevarla a cabo.

Factibilidad Técnica

Se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencias, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto. Generalmente nos referimos a elementos tangibles (medibles).

El proyecto debe considerar si los recursos técnicos actuales son suficientes o deben complementarse.

Factibilidad Económica

Se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos o para obtener los recursos básicos que deben considerarse son el costo de tiempo, el costo de la realización y el costo de adquirir nuevos recursos.

Generalmente la factibilidad económica es el elemento más importante ya que a través de él se solventan las demás carencias de otros recursos, es lo más difícil de conseguir y requiere de actividades adicionales cuando no se posee.

2.2.3.3 Presentación de un estudio de Factibilidad

Un estudio de factibilidad requiere ser presentado con todas las posibles ventajas para la empresa u organización, pero sin descuidar ninguno de los elementos necesarios para que el

proyecto funcione. Para esto dentro de los estudios de factibilidad se complementan dos pasos en la presentación del estudio.

- ✓ Requisitos Óptimos.
- ✓ Requisitos Mínimos.

El primer paso se refiere a presentar un estudio con los **requisitos óptimos** que el proyecto requiere, estos elementos deberán ser los necesarios para que las actividades y resultados del proyecto sean obtenidos con la máxima eficacia.

El segundo paso consiste en un estudio de requisitos mínimos, el cual cubre los **requisitos mínimos** necesarios que el proyecto debe ocupar para obtener las metas y objetivos, este paso trata de hacer uso de los recursos disponibles de la empresa para minimizar cualquier gasto o adquisición adicional.

Un estudio de factibilidad debe representar gráficamente los gastos y los beneficios que acarrearía la puesta en marcha del sistema, para tal efecto se hace uso de la curva costo-beneficio. (Angelfire, 2010)

2.2.4 Mercados Internacionales

Se conoce como mercado internacional al conjunto de actividades comerciales realizadas entre compañías de diferentes países y atravesando las fronteras de los mismos. Se trata de una rama del comercio el cual ha venido a cobrar mayor importancia hoy en día debido al fenómeno de la globalización.

Las actividades del mercado internacional pueden incluir desde mercancías, servicios e incluso bienes financieros, los cuales día a día son intercambiados entre distintas entidades tanto públicas como privadas en un mercado que vale millones de dólares. (Caballero, 2012)

El mercado internacional para todas las empresas es muy importante ya que por medio de ellos pueden promocionar y vender sus productos, para así poder satisfacer las necesidades de la sociedad a nivel mundial y con el objetivo de ampliar mercado dando a conocer productos innovadores de alta calidad y con una amplia variedad.

2.2.5 Proyecto

Conjunto de actividades coherentes, interrelacionadas que lo ejecutan un grupo especializado de personas mediante el planteamiento de objetivos y la aplicación de ciertos recursos

metodológicos que se orientan a la solución de problemas con resultados previsibles para un grupo beneficiarios en un tiempo determinado.

Un proyecto es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados esperados. Es de gran importancia porque permite organizar el entorno de trabajo.

Un proyecto se refiere a un conjunto articulado y coherente de actividades orientadas a alcanzar uno o varios objetivos siguiendo una metodología definida, para lo cual precisa de un equipo de personas idóneas, así como de otros recursos cuantificados en forma de presupuesto, que prevé el logro de determinados resultados sin contravenir las normas y buenas practicas establecidas, y cuya programación en el tiempo responde a un cronograma con una duración limitada.

No es más ni menos que una búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver entre tantos, una necesidad humana.

2.2.5.1 Fases de un proyecto

- Concepción
- Definición
- Implementación
- Operación
- Abandono o desactivación

2.2.5.2 Tipos de proyectos

Existen múltiples clasificaciones de los proyectos, una de ellas los considera como productivos o públicos.

- **Proyecto productivo:** Son proyectos que buscan generar rentabilidad económica y obtener ganancias en dinero. Los promotores de estos proyectos suelen ser empresas e individuos interesados en alcanzar beneficios económicos.
- **Proyecto público o social:** Son los proyectos que buscan alcanzar un impacto sobre la calidad de vida de la población objetivo, los cuales no necesariamente se expresan en dinero. Los promotores de estos proyectos son los estados, los organismos multilaterales, las ONG y también las empresas, en sus políticas de responsabilidad social. (Hernández, 2010)

2.2.6 Rosas

Las rosas ecuatorianas son consideradas las mejores del mundo, por su calidad y belleza inigualable y de características únicas; tallos gruesos y de gran extensión, botones grandes y colores vivos. Además el gran distintivo de la rosa ecuatoriana es su prolongada vida en el florero después del corte.

2.2.6.1 Producción y variedades en el Ecuador

- Rosas, gerberas, gypsophylas, aster, hypericum, claveles entre otros.
- La gypsophila en muy poco tiempo ha convertido al Ecuador en el principal productor de este tipo de flores en el mundo, con el mayor número de hectáreas en el cultivo.
- El limonium, liastris, aster y muchas otras flores de verano también tienen gran demanda. Igualmente se destacan el crisantemo y pompón.
- Las flores tropicales, con más de 100 variedades, se caracterizan por sus formas variadas, colores, tamaños y su larga vida después del corte. No necesitan refrigeración, lo que las convierte en fuertes y resistentes a la manipulación. (PROECUADOR, 2014)

2.2.6.2 Propiedades

La rosa es símbolo de amor y pureza y en otros tiempos se arrojaban sus pétalos en las bodas a modo de lluvia del mismo modo que hoy arrojamos confetis para destacar buena suerte.

Las primeras rosas cultivadas eran rojas y seguramente provenían del norte de Persia. Más tarde pasaron a Grecia y en ciertas poblaciones griegas se ofrece hoy en día mermelada de rosas a las visitas a modo de refrigerio.

Los romanos usaban mucho las rosas y una rosa suspendida sobre la mesa significaba que todas las confidencias expresadas permanecerían secretas.

El descubrimiento del aceite de rosas a finales del siglo XVI o principios del XVII tuvo lugar durante los festejos nupciales de la princesa Nair-Djihan y el emperador Djihanguyr. Como parte del festejo, se excavó una profunda zanja a lo largo del jardín y se llenó con agua de rosas. En 1612 el aceite de rosas ya se elaboraba en grandes cantidades en Shiraz, Persia.

El perfume de los pétalos de rosa se extrae para hacer tanto agua de rosas como aceite de rosas en materia de cosmética ambas valen para elaborar suavizantes de la piel muy perfumados.

Aceite y agua de rosa se emplean en colonias, aguas, pomadas faciales, lociones para las manos y shampoo.

El agua de rosas es excelente para lavarse la boca y tiene efectos suavizantes y agradables sobre la piel agrietada, escamosa y arrugada; en cuanto al aceite de rosas, con él se elabora una esencia de baño rica y exquisitamente perfumada. (Propiedades, 2012)

La Empresa Operflor Cargo Cía. Ltda., y sus fincas asociadas (El Chivan, Mora, Santa Marta, Propagación, FloryCampo, Tolita y las demás fincas a nivel nacional que coordinan por medio de Operflor Cargo) ofrecen una gran gama de flores, gypsophila, claveles, etc. A los diferentes mercados nacionales e internacionales.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

A continuación se presentan los conceptos y términos de uso común en comercio exterior y que se estarán utilizando en el presente estudio.

Acceso a mercados: Es aquel conjunto de condiciones que permiten a los exportadores extranjeros de bienes o servicios, o a proveedores extranjeros de servicios o inversiones extranjeras; acceder al mercado de un país importador. (Contreras, Fisher, & Kotschwar, 2003)

Arancel: Es el impuesto que grava las importaciones realizadas en territorio aduanero nacional y es la forma más antigua e inmediata de una política comercial. El gobierno establece unas tarifas en diferentes niveles que varían según las necesidades de la economía de un país. Existen tres tipos de arancel: Específico (aplicado en términos monetarios sobre cualquier unidad de medida aceptada) con lo cual el valor real de la mercancía pasa de manera inadvertida por el fisco nacional. Ad-valorem siendo el más utilizado, y el Mixto, una combinación de estos dos últimos. (Caballero, 2012)

CIF: El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma. El vendedor deberá realizar la contratación del seguro al menos con la cobertura mínima. El mismo deberá cubrir como mínimo el precio dispuesto en el contrato más un 10%. Asegurará la mercancía desde el punto de entrega al menos hasta el

puerto de destino designado. El seguro deberá contratarse con una Compañía de Seguros de buena reputación y dar derecho al comprador o cualquier persona que tenga interés asegurable sobre la mercancía a reclamar directamente sobre el asegurador.

En el caso de que el comprador esté interesado de contratar coberturas adicionales de seguro, será a expensas de él mismo, y deberá proporcionar la información necesaria al vendedor para que facilite la obtención de esa cobertura adicional. El vendedor debe proporcionar al comprador el documento de transporte, el mismo debe de permitir al comprador realizar algún reclamo al transportista, al igual que vender la mercancía en tránsito mediante la transferencia del documento. El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa. El comprador deberá asumir todos los costos desde que la mercancía ha sido entregada, incluyendo los costos relativos a la mercancía mientras está en tránsito hasta su llegada al puerto de destino, salvo que tales costos y gastos fueran por cuenta del vendedor según el contrato de transporte. (PROEcuador, 2014)

Consumidor: Es aquel individuo u organización que demanda bienes o servicios que ofrece, ya sea un productor o quien provee los mencionados bienes y servicios. (Armstrong, 2009)

Demanda: Está constituida por las cantidades de determinado bien o servicio que los compradores están dispuestos adquirir a cada nivel de precios. Implica entonces no solamente la intención de adquirir el bien en cuestión sino adicionalmente la disposición de los medios económicos para su realización. (Rodríguez, 2009)

Economía Popular y Solidaria: Es una actividad productiva dentro del país, en la cual, cada día aumenta el número de personas que se suman a este tipo de actividad económica, además, le brinda la oportunidad a muchas personas que no tienen empleo en una empresa, de que puedan adquirir sus propios ingresos económicos, por sus propios medios.

Empresa Comercial: Es aquella institución, entidad u organización que se dedica a la compra y venta de bienes o servicios.

Exportación: Bienes o servicios que se producen en el país, los cuales son vendidos y posteriormente enviados a clientes de otros países. El régimen aduanero aplicable a las mercancías en libre circulación que abandonan el territorio aduanero y que están destinadas a permanecer definitivamente fuera de éste. (Contreras, Fisher, & Kotschwar, 2003)

EXW (En Fábrica): El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar un contrato de transporte, de igual manera no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar un contrato de seguro. Sin embargo el vendedor debe proporcionar la información pertinente de seguro o de transporte para facilitar la contratación de los mismos por parte del comprador. (PROECUADOR, 2010)

FCA: El vendedor debe contratar el transporte en las condiciones usuales a riesgos y expensas del comprador, en el caso de que lo solicite el comprador, o de ser una práctica comercial del país del exportador, de igual manera el vendedor deberá asumir los costos para el trámite de exportación. Si este no es el caso, el comprador debe llevar a cabo la contratación del transporte desde el lugar de entrega destinado.

El vendedor no tienen ninguna obligación ante el comprador de contratar el seguro, sin embargo si es de interés para el comprador, el vendedor debe proporcionar la información necesaria para que se lleve a cabo esta contratación.

El vendedor debe entregar la mercancía al transportista o a la persona designada por el comprador en el punto acordado y dentro del plazo acordado. El vendedor corre con todos los riesgos y pérdidas de la mercancía hasta que se haya entregado. El vendedor debe asumir los costos de embalaje, estos incluyen también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando este dentro del plazo de compraventa. (PROECUADOR, 2010)

Importación: Se trata de un régimen aduanero por el cual las mercancías importadas pueden entrar en libre circulación dentro del territorio aduanero, previo pago de los derechos e impuestos a la importación exigibles y cumplimientos de todas las formalidades aduanera necesarias. (Contreras, Fisher, & Kotschwar, 2003)

Mercado: Es un conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o deseo determinado que se puede satisfacer mediante relaciones de intercambio. (Kotler & Armstrong, Fundamentos de Marketing, 2008)

Nicho de mercado: Es aquel segmento del mercado en el cual los individuos presentan características y necesidades homogéneas que por cuestión no se encuentran comprendidas ni satisfechas por la oferta vigente. (Olamendi, 2011)

Oferta: Se define como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a distintos precios del mercado. Hay que diferenciar la oferta del término de una cantidad ofrecida, que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio. (Miguel & M, 2010)

2.4. IDEA A DEFENDER

El presente proyecto de factibilidad de flores de exportación, para el país de Tokio-Japón, incrementara los ingresos de venta para la Empresa “Operflor Carga Cía. Ltda.” del cantón Quito, Provincia de Pichincha. En el periodo 2015 – 2019.

2.5. MODALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

En el proceso investigativo se aplicara la modalidad de investigación: **cuantitativa y cualitativa.**

2.6. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación es de **campo**, ya que a través de la misma vamos a obtener información de clientes, colaboradores y gerente general de esta forma determinaremos los factores de viabilidad de la exportación de flores a Tokio-Japón.

La investigación es **bibliográfica** porque nos ha permitido explorar que se ha escrito por los diferentes autores, sobre proyecto de factibilidad y exportación de flores, que corresponde a la fundamentación teórico de esta investigación.

La investigación documental y bibliográfica, sirve para la estructuración de la fundamentación teórica, científica de estudio.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. DEFINICIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es una herramienta de mercado que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado. (J. Rachman, 1996)

3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Determinar la demanda real existente y futura de flores en el mercado de Tokio-Japón.
- Identificar el comportamiento de compra de los importadores de flores de Tokio-Japón.
- Conocer los principales competidores y su participación dentro del mercado de Tokio-Japón.
- Comprobar que existe una demanda insatisfecha de flores en el mercado de Tokio-Japón y de esta forma empezar a confirmar si es factible el desarrollo y ejecución del proyecto.
- Reconocer las principales características de flores deseados por los consumidores del mercado japonés.
- Identificar precio promedio pagado por tallo de los importadores mayoristas.
- Establecer la demanda histórica de flores hacia Tokio-Japón y de esa manera hacer una proyección futura.
- Investigar los canales de distribución existentes en el mercado objetivo para llegar al consumidor final.
- Definir las fechas y temporadas donde se comercializa en mayor cantidad las flores ecuatorianas.

3.3. PRODUCCIÓN NACIONAL DE FLORES

“Las flores ecuatorianas son consideradas como las mejores y más hermosas del mundo por su calidad, diversidad y belleza inigualables. Especialmente las Rosas de Cayambe. La situación geográfica permite contar con micro climas y una luminosidad que proporciona

características únicas a las flores como son: tallos largos, gruesos y totalmente verticales, botones grandes y colores sumamente vivos. El Ecuador es el **TERCER EXPORTADOR MUNDIAL** de flores. Nuestros empresarios llevan más de 15 años produciendo y exportando flores de forma cada vez más innovadora. Nuestros principales mercados son: Estados Unidos, Holanda (importa flores para luego re-exportarlas a otros países de la Unión Europea), Italia, Alemania, Rusia, Canadá, Argentina, España, Francia, Suiza y Ucrania.

Así mismo se inician exportaciones a Chile y Brasil, La superficie total de plantaciones: 3300 has. Disponibilidad 85.000 toneladas por año. El 90% de la producción se exporta.” (Red Ecuatoriana, 2011)

“El valor exportado de flores tiene un comportamiento histórico ascendente, el crecimiento promedio anual fue del 1% en el periodo 2003-2013; esto equivale a una variación absoluta del 155%; es decir que el valor del 2013 es más el doble del valor exportado en el 2001. En el caso de volumen exportado, se visualiza una conducta irregular, teniendo un valor máximo de 105,733 Tm, mínimo de 74,230 Tm y promedio de 95,272 Tm; en el periodo la variación absoluta fue del 42% que se deriva en un crecimiento promedio anual del 4%. Mientras que la variación del último año en toneladas fue de 5%, el crecimiento en valor FOB fue de 11%”.

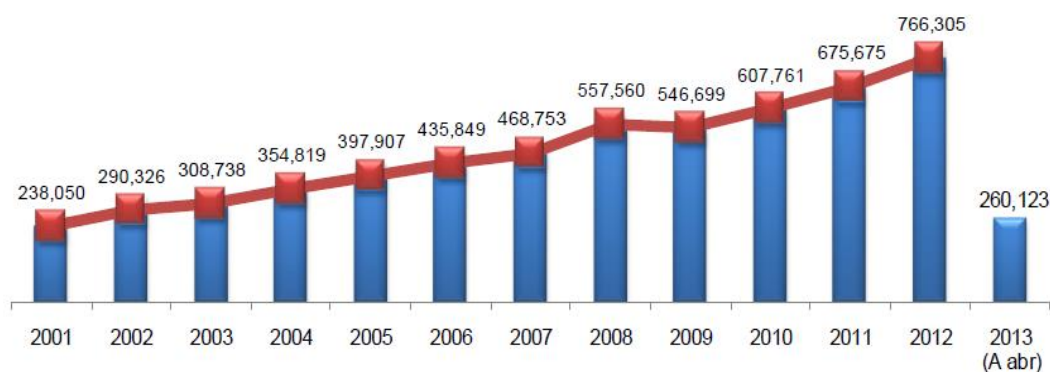
3.3.1. Importancia del sector floricultor en la economía ecuatoriana

El sector floricultor ecuatoriano dentro de la economía ha sido de mucha importancia desde que se empezó con esta actividad. En los primeros años de esta actividad tuvo crecimientos constantes dentro de la economía ecuatoriana.

A pesar de que existen otras actividades importantes dentro del sector agrícola como son el banano, cacao, café entre otras, el sector floricultor cada vez se va ampliando más en los mercados internacionales, siendo en la actualidad una de las principales fuentes de ingresos a nivel nacional, aportando significativamente al PIB nacional.

El sector floricultor tiene mucha importancia en la economía ecuatoriana representando un crecimiento sostenido del 11.21% anual en el periodo 2001-2012, mientras que la cantidad (toneladas) exportada de este sector en el mismo periodo apenas creció el 4.95% anual, con algunas caídas en los años 2006, 2007 y 2009.

Ilustración 2 EXPORTACIONES ECUATORIANA DE FLORES VALOR FOB MILES USD



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Maribel Yáñez I.

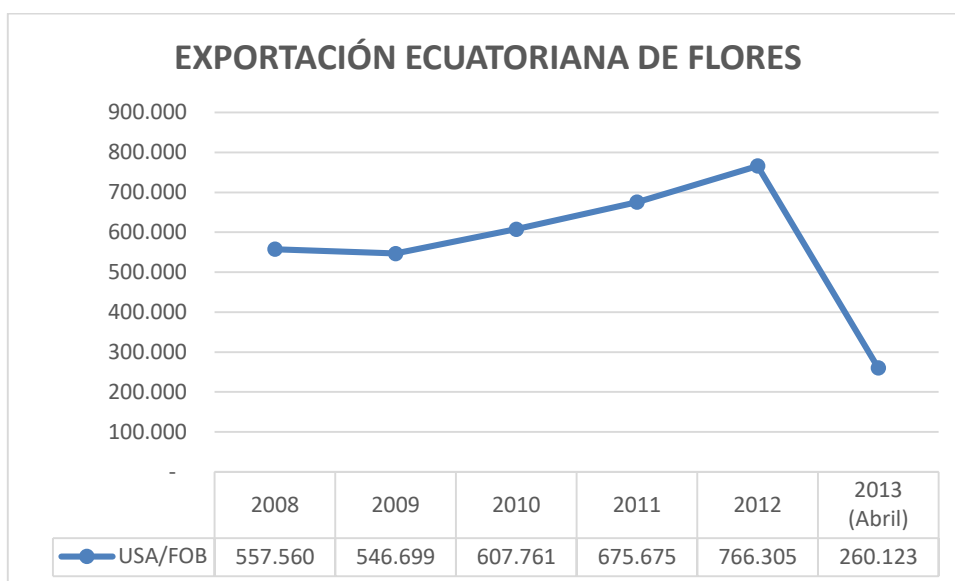
3.3.2. Evolución de la exportación de flores por valor FOB

Tabla 3 EVOLUCIÓN DEL VALOR FOB

AÑO	USA/FOB
2008	557.560
2009	546.699
2010	607.761
2011	675.675
2012	766.305
2013 (Abril)	260.123

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Maribel Yáñez I.

Ilustración 3 EVOLUCIÓN DEL FOB



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

Como puede apreciarse en el gráfico anterior, la evolución del valor FOB de las flores ecuatorianas mantiene un patrón de crecimiento también, aunque no observa periodos irregulares tan marcados como lo relativo a las toneladas, esto puede ser debido precio de nuestro producto en el mercado internacional, se puede considerar que este valor es bastante lineal respecto al paso de los años, aunque se nota la caída en el último año, como se describió anteriormente.

3.3.2. Evolución de las exportaciones ecuatorianas de flores en Toneladas

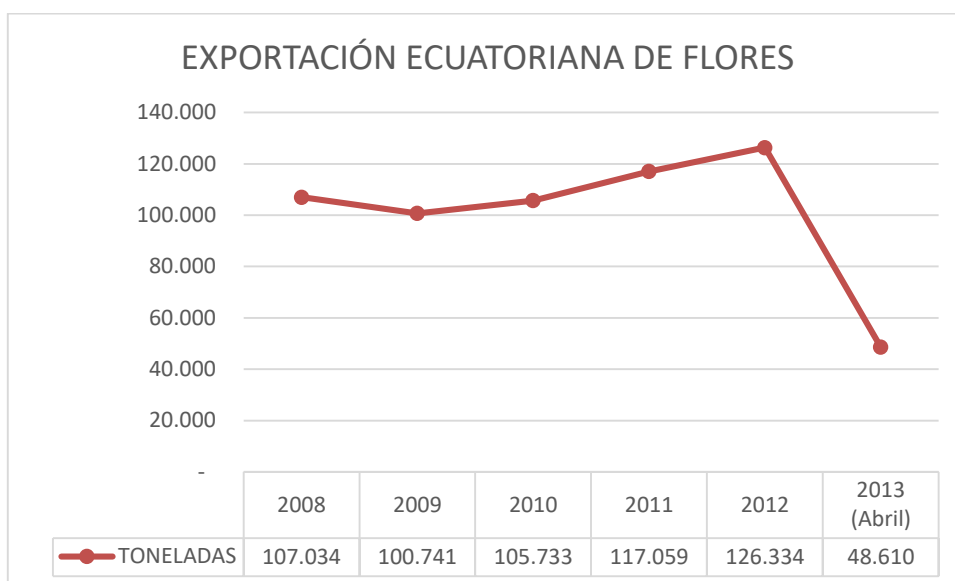
Tabla 4 EVOLUCIÓN EXPORTACIÓN FLORES TONELADAS

AÑO	TONELADAS
2008	107.034
2009	100.741
2010	105.733
2011	117.059
2012	126.334
2013 (Abril)	48.610

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

Ilustración 4 EVOLUCIÓN EXPORTACIÓN FLORES EN TONELADAS



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

Como puede observarse en el gráfico anterior, las exportaciones ecuatorianas han experimentado una tendencia al alza en los últimos años, aunque se observa un comportamiento irregular de la misma en ciertos periodos de tiempo, esto debido fundamentalmente a las condiciones climáticas adversas que cierto tiempo experimenta el país y afecta la producción agrícola del mismo, lo cual se refleja en la caída de las exportaciones cada cierto tiempo, sin embargo la tendencia al alza se mantiene, lo que implica el reconocimiento internacional de las flores ecuatorianas, apreciadas por su calidad antes que por su precio (generalmente superior al de sus competidores), en el último dato se evidencia una decaída, esto se debe a los datos obtenidos del presente año son del primer cuatrimestre del 2013.

Según PROECUADOR, el sector florícola posee una de las industrias más fuertes en muchos países desarrollados y en vías de desarrollo. Esta industria, que se inició a finales del siglo 19 abarca producción y cultivo de flores variadas tales como rosas, flores de verano, flores tropicales, y otras. Siendo las rosas el producto más cotizado y de mayor demanda a nivel mundial. Es una industria muy dinámica, que ha crecido de manera rápida; y se compone de 3 principales actores: los productores, los mayoristas y los minoristas cuyas actividades comerciales están interrelacionadas. Las tendencias actuales de Mercado son orientadas hacia

la eliminación de los intermediarios, es decir que las flores paseen desde el productor hacia el minorista, ya que se lograría una considerable disminución en los precios.

Canadá, Alemania, Holanda, Italia, Rusia y los Estados Unidos son los principales países a los que se exportan estas flores. Ecuador también exporta a Australia, Chile, Argentina, Republica Checa, Francia, Hong Kong, España, Suecia y Suiza. En la actualidad, se cultivan más de 2.000 hectáreas (5.000 acres). (Ecuador Channel, 2013)

Las exportaciones del sector floricultor, uno de los sectores del comercio exterior de Ecuador, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), el número de personas ocupadas en el sector de las flores se mantienen estables respecto a años anteriores, pues entre puestos directos e indirectos existen 120.000 plazas ocupadas al año 2013, especialmente es las zonas de Cayambe, Tabacundo (Pichincha), Cotopaxi y Azuay.

La situación de las fincas quiteñas es favorable, sobre todo, en el Quinche (2450 msnm), al oriente de la ciudad, donde hay temperaturas promedio de 14.5 y 15°C. Cada vez más fincas utilizan métodos orgánicos para los sembríos, lo cual es un plus en la producción. La planta no se estresa con el exceso de químicos, el follaje no es acartonado, en florero los capullos se abren naturalmente.

3.3.3 Evolución de las exportaciones de flores periodo

En promedio, durante el periodo 2008-2012, el 99% de las flores exportadas por Ecuador al mundo corresponden a la clasificación de flores frescas, tanto en dólares como en toneladas. De estas, la rosa es quien lleva la punta, la venta externa de rosas frescas (en dólares) ha tenido una variación absoluta del 6% desde el 2008 al 2012, la de las Gypsophila 704%, mientras que la variación de las demás flores ha sido de más del 1000. Por otra parte, el crecimiento total absoluta de las exportaciones de flores en toneladas, dentro del periodo en cuestión, fue del 832%

Tabla 5 EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE FLORES

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE FLORES								
Valor FOB Miles USD								
Grupos	2008	2009	2010	2011	2012	2013 (Abril)	TCPA 2008-2012	Partic. % 2012
Rosas	538.973	475.915	438.400	501.747	572.446	205.818	1.52%	74.70%
Gypsophila	8.564	25.646	57.159	60.196	68.817	22.874	68.37%	8.98%
Demás Flores	10.023	45.137	112.203	113.732	125.042	31.432	87.94%	16.32%
Total General	557.560	546.698	607.762	675.675	766.305	260.124	8.27%	100.00%
TONELADAS								
Rosas	103.530	87.485	77506	87275	93801	37480	-2,44%	74.25%
Gypsophila	1.410	4.570	9994	9911	10932	3215	66.86%	8.65%
Demás Flores	2.093	8.686	18232	19874	21601	7915	79.23%	17.10%
Total General	107.033	100.741	105.732	117.060	126.334	48.610	4.23%	100.00%

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

Exportación por producto

De acuerdo a la tendencia de los últimos años la flor más exportada es la rosa ya que por su calidad ha obtenido un prestigio a nivel mundial por lo cual es muy demandada, pero además nuestro país está siendo conocido por otros tipos de flores tales como la gypsophila, claveles, lirios, entre otras que son consumidas principalmente por su estacionalidad, esto se ve reflejado en los datos de la tabla detallada a continuación:

Tabla 6 EXPORTACIONES POR PRODUCTO

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE FLORES									
Valor FOB Miles USD									
Subpartida	Descripción	2008	2009	2010	2011	2012	2013 (A abr)	TCPA 2008 - 2012	Partic.% 2012
0603.11.00.00	ROSAS FRESCAS CORTADAS	538,973	475,915	438,400	501,747	572,446	205,818	1.52%	74.70%
0603.19.90.90	LAS DEMÁS FLORES Y CAPULLOS FRESCOS, CORTADOS, NO CONTEMPLADOS EN OTRA PARTE	1,754	21,708	64,577	74,298	79,740	16,643	159.67%	10.41%
0603.19.10.00	GYPHOPHILA (LLUVIA, ILUSIÓN) (GYPHOPHILA PANICULATA L) FRESCAS, CORTADAS	8,564	25,646	57,159	60,196	68,817	22,874	68.37%	8.98%
0603.12.90.00	LOS DEMÁS CLAVELES FRESCOS	198	6,025	13,445	9,941	11,717	4,715	177.43%	1.53%
0603.90.00.00	LAS DEMÁS FLORES Y CAPULLOS, EXCEPTO FRESCAS	6,678	10,205	17,240	7,948	9,327	1,735	8.71%	1.22%
0603.19.90.10	LIRIOS FRESCOS CORTADOS	119	2,293	6,038	6,968	8,787	2,009	192.95%	1.15%
0603.12.10.00	CLAVELES CORTADOS EN	365	2,125	3,733	4,685	5,426	1,340	96.39%	0.71%
0603.19.30.00	ALSTROEMERIA FRESCAS CORTADOS	65	1,001	2,599	4,183	4,464	2,518	188.38%	0.58%
0603.14.90.00	LOS DEMÁS CRISANTEMOS (NO POMPONES)	433	1,144	2,750	3,220	2,928	1,301	61.26%	0.38%
0603.19.20.00	ASTER FRESCOS CORTADOS (FLORES)	2	440	1,309	1,509	1,342	304	402.00%	0.18%
	DEMÁS FLORES	409	197	511	978	1,311	866	33.79%	0.17%
	Total General	557,560	546,699	607,761	675,675	766,305	260,123	8.27%	100.00%

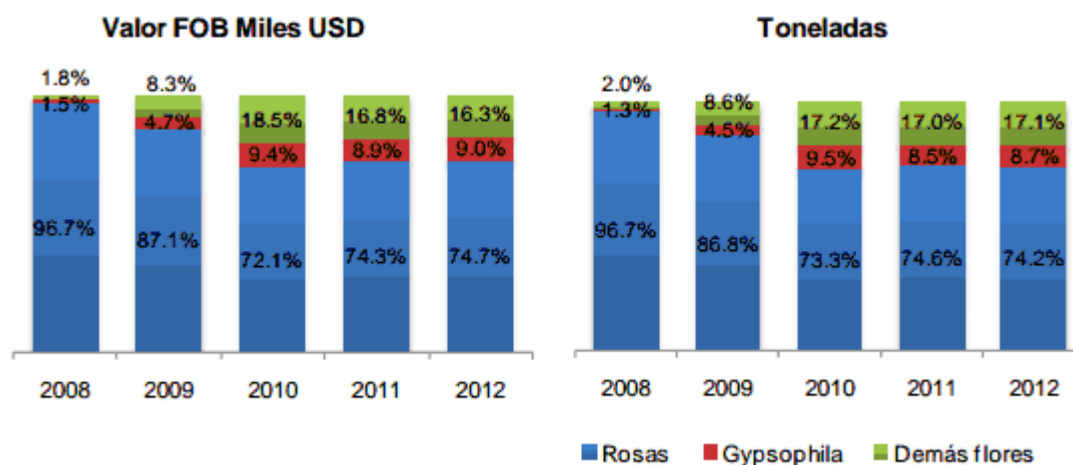
Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

Exportación por grupos de productos

Para el caso de Ecuador, existen 2 grupos principales de flores, las rosas y la gypsophila, las exportaciones en dólares de ambos tipos de flores han tenido un crecimiento promedio positivo del 1,52% y 68,37% anual, en el periodo 2008-2012. El monto exportado en toneladas de gypsophila creció en el 66,86%. Desde el año 2008, las rosas continúan siendo en el mercado ecuatoriano, a pesar de que su participación en las exportaciones florícolas d ciertos años se ha visto reducida.

Ilustración 5 EXPORTACIÓN ECUATORIANA POR GRUPO DE PRODUCTO



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

Tabla 7 TIPOS DE FLORES

GYPSOPHILA
CLAVELES
POMPONES
CRISANTEMOS
OTROS

Fuente: Expoflores-Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

3.4. ANÁLISIS GLOBAL SOBRE LA PRODUCCIÓN DE FLORES

3.4.1. Productores mundiales de Flores

“El comercio mundial de flores, tiene a Holanda y a Colombia como sus principales proveedores, aunque África puede llegar a ser un importante competidor en el corto plazo. Francia y Reino Unido son mercados en expansión y se prevén cambios en las preferencias del consumidos de flores en Japón”. (Flores Mundiales, (s.f))

El cultivo de flores cortadas se extiende ampliamente a lo largo del mundo. Es incluido en las estadísticas de 145 países y de acuerdo con la Sociedad Internacional de Horticultura (International Society for Horticultural-ISHS), se estima que la superficie mundial destinada a flores cortadas es de 60.000 hectáreas. La evolución del valor FOB en miles de dólares para las importaciones mundiales es como sigue:

Tabla 8 EXPORTACIONES MUNDIALES

EXPORTACIONES MUNDIALES DE FLORES						
Unidad: Dólar EUA miles						
Exportadores	Valor exportado en 2008	Valor exportado en 2009	Valor exportado en 2010	Valor exportado en 2011	Valor exportado en 2012	Valor exportado en 2013
Mundo	\$ 2.461.945,00	\$ 2.144.564,00	\$ 2.405.554,00	\$ 3.332.653,00	\$ 3.487.221,00	\$ 8.442.597,00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

Ilustración 6 EXPORTACIONES MUNDIALES DE FLORES



Fuente: Trademap

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

Tabla 9 PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE FLORES

PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES DE FLORES								
UNIDAD: Dólar EUA miles								
Exportadores	2008	2009	2010	2011	2012	2013	TCPA 2008-2013	Participación
Holanda	4.179.795	3.620.270	3.692.294	4.972.920	4.602.077	4.862.304	2.44%	50.02%
Colombia	109.475	1.049.225	1.240.481	1.251.326	1.270.007	1.329.708	3.79%	13.80%
Ecuador	557.458	546.698	607.761	679.902	718.961	837.234	6.57%	7.81%
Kenya	445.996	421.484	396.239	606.081	589.826	644.012	7.24%	6.41%
Etiopia	105	131.518	143.817	168.946	528.338	229.737	49.72%	5.72%
Bélgica	103.868	167.716	248.628	260.178	251.314	319.944	24.72%	2.73%
Malasia	62.937	70.857	96.855	100.632	121.019	101.000	17.76%	1.32%
China	42.625	54.021	57.014	71.482	90.146	92.385	20.59%	1.00%
Italia	104.543	82.285	88.955	89	83.764	90.602	(5)	1.00%
Israel	67.341	97.497	156.987	93.382	78.667	79.567	3.96%	0.90%
Resto del Mundo	942.828	1.119.688	867.044	952.708	868.497	100.589	2.03%	9.29%
TOTAL	6.616.971	7.361.259	7.596.075	9.157.646	9.202.616	8.687.082	4.53%	100%

Fuente: Trademap

Elaborado por: Maribel Yáñez

Como se puede observar el Ecuador es el tercer exportador a nivel mundial, experimentando un incremento en sus ventas seguido de Kenya y Etiopia, este avance se insiste, se debe a la alta calidad de la rosa ecuatoriana.

Puede afirmarse también que una de las principales razones del crecimiento de las exportaciones ecuatorianas se debe a que se dirigió el producto hacia los mercados considerados en crecimiento, fundamentalmente el mercado Tokio-Japón; el siguiente cuadro muestra los principales destinos de las exportaciones ecuatorianas en este mercado.

Destinos de las Exportaciones Ecuatorianas

Los principales mercados de destino de las flores ecuatorianas son: Estados Unidos con una participación al 2012 de 40%, seguida de Rusia con un 25%, de Holanda con un 9%, Italia con un 4%, Canadá y Ucrania con un 3% y España con un 2% principalmente, de lo que se puede observar es que nuestra mayor demanda está dentro de nuestro continente (Canadá y Estados Unidos) seguido de Europa (Rusia, Holanda, Italia, Ucrania, España) como se puede observar en la siguiente tabla.

Tabla 10 PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

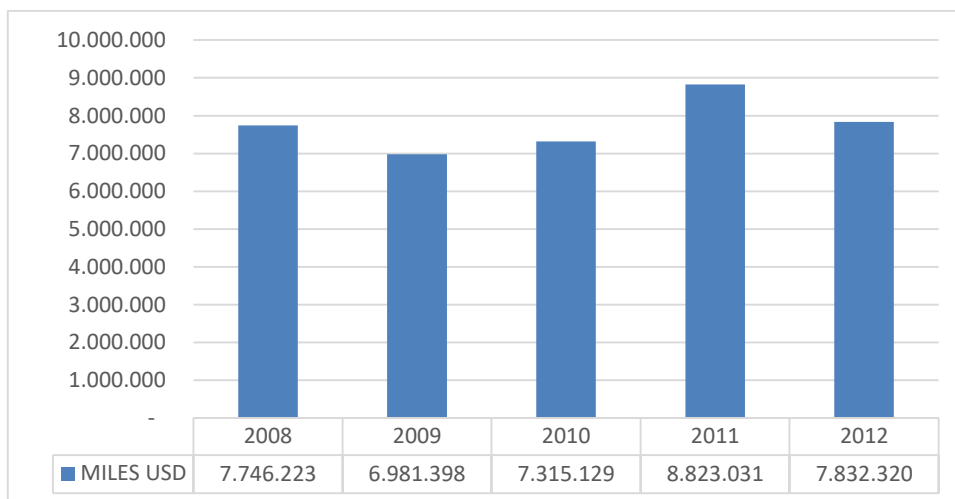
PRINCIPALES PAISES COMPRADORES DE FLORES ECUATORIANAS								
Valor FOB/ Miles USD								
PAIS	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	TCPA 2008-2012	%Part. 2012
ESTADOS UNIDOS	398,867	227,043	253,212	275,951	303,354	89,698	-6.61%	39.59%
RUSIA	55,234	111,457	129,316	155,245	190,399	60,007	36.26%	24.85%
HOLANDA(PAISES BAJOS)	37,614	77,306	58,239	64,783	70,373	20,140	16.95%	9.18%
ITALIA	7,404	21,166	24,234	26,797	30,134	7,236	42.04%	3.93%
CANADA	6,543	15,822	21,570	25,049	24,709	7,118	39.40%	3.22%
UCRANIA	2,390	7,460	15,594	19,020	23,157	10,833	76.43%	3.02%
ESPAÑA	6,908	15,122	15,027	17,333	17,542	5,167	26.24%	2.29%
ALEMANIA	4,810	12,129	12,744	12,451	12,708	4,643	27.50%	1.66%
CHILE	4,228	6,288	7,234	10,074	11,541	3,844	28.54%	1.51%
JAPON	4,336	5,948	7,187	8,181	10,564	2,642	24.93%	1.38%
KAZAJSTAN	291	1,598	3,957	5,556	7,890	5,166	128.21%	1.03%
FRANCIA	2,927	7,591	8,002	8,178	7,889	2,946	28.13%	1.03%
SUIZA	3,535	8,707	8,221	6,955	7,089	3,451	18.99%	0.93%
COLOMBIA	3,236	2,952	3,685	4,741	4,794	1,132	10.32%	0.63%
REINO UNIDO	2,745	2,825	2,407	2,614	4,251	2,040	11.55%	0.55%
BRASIL	85	279	1,247	2,852	4,000	1,191	162.10%	0.52%
ESLOVAQUIA	60	294	2,155	3,501	2,816	33	161.54%	0.37%
ARGENTINA	1,483	2,178	2,344	2,891	2,705	1,328	16.22%	0.35%
OTROS	16,872	22,541	33,396	25,513	32,403	31,507	17.72%	3.97%
TOTAL	559,568	548,708	609,771	677,686	768,317	260,123	1.84%	100.00%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

3.4.2. Principales importadores de flores a nivel mundial

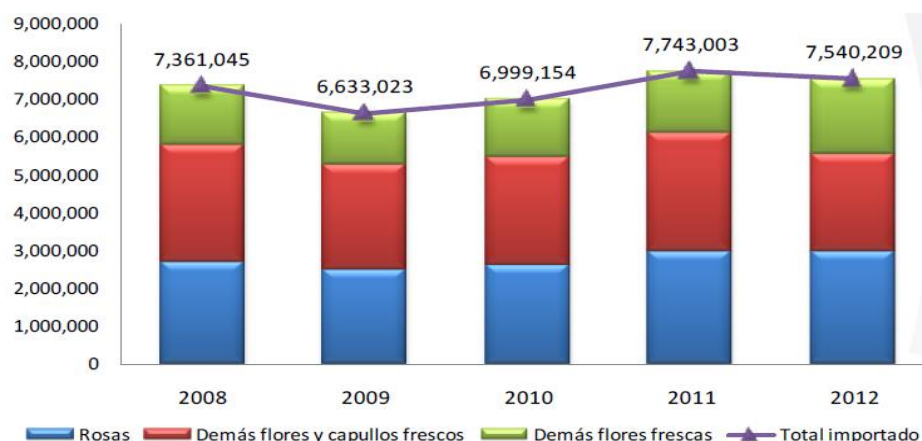
Ilustración 7 IMPORTACIÓN MUNDIAL DE FLORESMILES USD



Fuente: Trademap

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

Ilustración 8 IMPORTACIÓN DE FLORES FRESCAS



Fuente: Trademap

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

Los principales importadores mundiales de flores son América de Norte: específicamente en Estados Unidos y Canadá; Europa: Alemania, Reino Unido, Países Bajos, Rusia y Francia; mientras que en Asia: Japón.

Estados Unidos y Alemania poseen la mayor participación en el mercado 15% y 14% respectivamente.

Tabla 11 PRINCIPALES IMPORTADORES MUNDIALES

PRINCIPALES IMPORTADORES DE FLORES							
Miles USD							
País	2008	2009	2010	2011	2012	TCPA 2008-2012	PART. NP 2012
Estados Unidos de América	1,021,196	960,405	1,043,818	1,081,167	1,167,532	3.40%	14.98%
Alemania	1,194,639	1,042,551	1,087,733	1,207,645	1,115,445	-1.70%	14.32%
Reino Unido	1,056,847	877,690	935,360	1,006,189	954,084	-2.52%	12.24%
Federación de Rusia	555,026	500,408	561,386	701,117	746,331	7.68%	9.58%
Países Bajos (Holanda)	821,100	711,073	634,123	750,498	735,438	-2.72%	9.44%
Japón	281,778	303,416	369,977	391,143	439,823	11.77%	5.64%
Francia	588,871	544,030	514,270	482,007	432,240	-7.44%	5.55%
Bélgica	192,270	233,679	284,422	349,812	289,634	10.79%	3.72%
Italia	248,799	212,465	236,700	246,085	206,443	-4.56%	2.65%
Suiza	184,329	167,390	176,098	194,238	186,895	0.35%	2.40%
Canadá	119,762	112,174	119,198	126,312	141,929	4.34%	1.82%
Austria	150,039	141,701	139,899	144,751	121,228	-5.19%	1.56%
Dinamarca	123,489	101,297	97,717	102,780	90,854	-7.39%	1.17%
Noruega	70,599	66,925	70,788	85,547	89,891	6.23%	1.15%
España	113,683	96,700	97,358	96,220	84,856	-7.05%	1.09%
Demás países	952,069	831,029	869,780	1,793,602	989,494	0.97%	12.70%
TOTAL	7,674,496	6,902,933	7,238,627	8,759,113	7,792,117	3.40%	100.00%

Fuente: Trademap

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

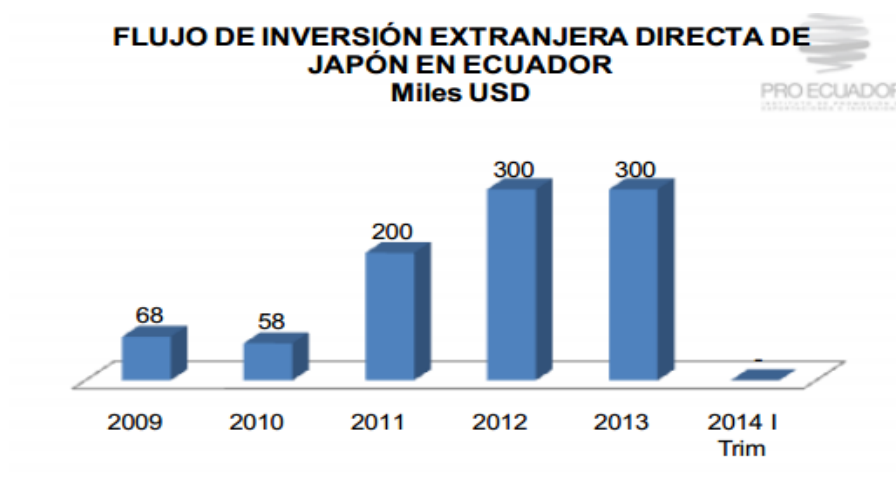
3.5. RELACIONES COMERCIALES ENTRE ECUADOR Y JAPÓN

El país del sol naciente representa en la actualidad para el Ecuador, la plaza mercantil más importante del continente asiático, con una población de cerca de 1127 millones de habitantes caracterizados por un elevado poder de compra (\$28.700 al año) pero al mismo tiempo por una alta exigencia en la calidad y presentación de los productos demandados.

Japón posee la segunda economía más grande del mundo, se producto interno bruto asciende a \$3.7 trillones de dólares, crece a un 0.2% anual y se sustenta principalmente en agricultura 1.20%, industria 26.30% y servicios 72.50%. Las exportaciones de Japón crecieron en un 17.06% entre el 2011 y el 2013 y sus 3 principales rubros de exportación fueron maquinarias eléctricas, vehículos y artefactos eléctricos los cuales mantienen un crecimiento sostenido a través de los años.

Hoy en día, Japón es uno de los mayores importadores de bienes de consumo de alimentos del mundo. El mercado japonés abastece por sí mismo un 40% de su consumo interno y el 60% proviene de las importaciones, desde el 2003 Japón se ha convertido en el octavo socio comercial de Ecuador (luego de Estados Unidos, Colombia, Panamá, Venezuela, Perú, Chile y Corea). La preponderancia de los Nipones, como socios comerciales, se fundamenta en el peso de las importaciones, mismas que ponderan alrededor de un 4.23% del total importado por Ecuador durante ese año.

Ilustración 9 INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA DE JAPÓN EN ECUADOR



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

Durante el periodo 2009-2013 las estadísticas del Banco Central del Ecuador registran capital de inversión proveniente de Japón. Se observa que a partir del 2011 un incremento cerrando este año con USD 200 mil y al 2012 este valor crece en 50% (USD 300 mil) manteniéndose en el año 2013.

Existe también, un grupo de grandes empresas japonesas en Ecuador. Además, se cuenta con la presencia de pequeñas y medianas empresas japonesas que pertenecen a ciudadanos japoneses o representados por empresarios locales, sobretudo en restaurantes, en el sector turístico y maquinarias en general.

3.5.1 Balanza Comercial entre Japón y Ecuador

Tabla 12 BALANZA COMERCIAL JAPÓN.ECUADOR

BALANZA COMERCIAL JAPÓN-ECUADOR						
Valor FOB/Miles USD						
Actividad	2009	2010	2011	2012	2013	2014 Ene-Ago
Exportaciones	109.244	401.977	348.880	657.297	569.883	88.318
Importaciones	523.162	652.907	623.356	692.518	562.116	348.542
Balanza Comercial	(413.918)	(250.929)	(274.476)	(35.221)	7.767	(260.224)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

El saldo comercial con Japón se presenta deficitario para el Ecuador durante el periodo 2009-2014, ya que en todos los años de revisión las importaciones superan a las exportaciones a ese país, sin embargo, es importante resaltar que en el 2013 se registró un saldo positivo en USD 7.767 miles. La tasa de crecimiento promedio anual durante el periodo de análisis para las exportaciones fue de 57.23% mientras que para las importaciones fue negativa en -0.86%.

3.5.2 Exportaciones a la República japonesa

A continuación se presenta una tabla con los principales productos que se han exportado hacia Japón en lo que va del año 2012. Los productos con sus subpartidas arancelarias son:

Tabla 13 PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR HACIA JAPÓN

PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR HACIA JAPÓN									
Miles USD FOB									
PARTIDA	DESCRIPCION	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	TCPA 2008-2012	Participación 2012
2709000000	ACEITES CRUDOS DE PETRÓLEO O DE MINERAL BITUMINOSO.	-	-	277,841	209,757	492,324	219,200		75.32%
2301201100	HARINA DE PESCADO CON CONTENIDO DE GRASA SUPERIOR A 2% EN PESO	32,551	31,930	42,300	44,154	37,698	4,047	10.70%	5.77%
0803001200	BANANAS FRESCAS TIPO «CAVENDISH VALERY»	16,738	23,924	18,308	15,387	16,996	235	-2.77%	2.60%
0306139100	LOS DEMÁS CAMARONES CONGELADOS	1,067	1,049	1,189	11,312	16,531	-	119.71%	2.53%
7326909000	LAS DEMÁS MANUFACTURAS DE HIERRO O ACERO, NO CONTEMPLADAS EN OTRA PARTE	-	-	-	2,633	12,836	844		1.96%
0704100000	COLIFLORES Y BRÉCOLES («BROCCOLI») FRESCOS O REFRIGERADOS	9,636	11,513	8,315	9,422	12,533	2,587	-0.75%	1.92%
0710809000	LAS DEMÁS HORTALIZAS, AUNQUE ESTÉN COCIDAS EN AGUA O VAPOR, CONGELADAS, EXCEPTO ESPÁRRAGOS	-	-	4,008	7,064	9,843	1,602		1.51%
1801001900	CACAO EN GRANO CRUDO, LOS DEMÁS EXCEPTO PARA SIEMBRA	8,918	8,640	10,981	10,440	9,251	1,431	5.39%	1.42%
4401220000		-	-	-	4,083	8,373	3,947		1.28%
2101110000	EXTRACTOS, ESENCIAS Y CONCENTRADOS DE CAFÉ	7,049	4,373	5,717	3,949	4,229	924	-17.56%	0.65%
0603900000	LAS DEMÁS FLORES Y CAPULLOS, EXCEPTO FRESCAS	2,571	2,758	3,419	3,053	3,952	936	5.89%	0.60%
5305001100	COCO, ABACÁ Y DEMÁS FIBRAS TEXTILES VEGETALES EN BRUTO	3,345	1,998	2,475	2,906	3,363	906	-4.58%	0.51%
1803100000	PASTA DE CACAO SIN DESGRASAR	1,501	3,364	2,781	4,724	2,937	1,029	46.54%	0.45%
0306139900	LOS DEMÁS CAMARONES Y DEMÁS DECAPODOS NATANTIA CONGELADOS NO CONTEMPLADOS EN OTRA PARTE	5,834	4,601	6,202	1,226	-	-	-40.55%	0.00%
LOS DEMÁS PRODUCTOS		17,906	15,092	18,442	18,769	22,805		1.58%	3.49%
Totales		107,116	109,244	401,977	348,880	653,672	252,312	48.23%	100.00%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

3.5.3 Productos importados a Ecuador desde Japón

Tabla 14 PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR ECUADOR DESDE JAPÓN

PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR ECUADOR DESDE JAPÓN									
Miles USD FOB									
PARTIDA	DESCRIPCION	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	TCPA (08-012)	Participación 2012
8703230000	LOS DEMÁS AUTOMOVILES CAMPEROS 4X4	42,042	103,132	138,323	120,408	72,402	15,327	14.56%	10.45%
2710192130	DIESEL 2	-	-	-	-	71,738	-	-	10.35%
8704211000	VEHICULOS DE TRANSPORTE CAP. MÁXIMA DE CARGA 5 T.	94,669	37,959	43,508	30,711	57,055	18,901	-9.40%	8.24%
8704220000	VEHICULOS DE TRANSPORTE CAP. MÁXIMA DE CARGA 6.3 T.	70,138	31,018	25,269	28,457	29,801	4,508	-19.26%	4.30%
8704230000	LOS DEMÁS VEHICULOS PARA TRANSPORTE DE CARGA DE MOTOR DE ENBOLO MCP	48,565	32,407	25,018	22,233	30,041	8,478	-10.58%	4.34%
8708000290	LOS DEMÁS CHASIS DE VEHICULOS DE PESO TOTAL CON CARGA 6.2 T.	22,670	17,459	24,778	35,483	29,715	8,254	8.09%	4.15%
8703000001	VEHICULOS HIBRIDOS	-	9,353	42,074	8,592	25,711	8,898	-	3.71%
8704210000	LOS DEMÁS VEHICULOS DE PESO TOTAL CON CARGA MÁXIMA INFERIOR O IGUAL A 5 T.	5,325	1,080	3,805	13,606	20,773	4,941	40.54%	3.00%
7208300000	LAS DEMÁS LÁMINAS DE HIERRO ESPESOR INFERIOR A 3 M.	-	-	10,522	15,220	20,574	7,895	-	2.97%
8703231000	LOS DEMÁS VEHICULOS A GAS PARA TURISMO DE CILINDRA	88,404	51,755	52,265	34,889	19,368	4,882	-31.58%	2.80%
8704222000	LOS DEMÁS VEHICULOS DE DIESEL PARA TRANSPORTE DE MERCANCÍAS, DE PESO > 6.2 T Y <= 9.3 T, DEMÁS EXCEPTO EN CHD	28,168	9,640	9,989	17,106	18,449	6,281	-10.04%	2.68%
8704311000	LOS DEMÁS VEHICULOS PARA TRANSPORTE DE MERCANCÍAS,	75,000	20,997	30,305	25,228	17,690	8,078	-30.32%	2.55%
8703230000	LOS DEMÁS VEHICULOS A GASOLINA CILINDRADA ENTRE 1,000 CM3 Y 3,000 CM3, NO CONTEMPLADAS EN OTRA PARTE	18,314	26,074	24,723	25,048	14,371	5,773	-5.88%	2.09%
7208380100	LOS DEMÁS PRODUCTOS, ENROLLADOS, SIMPLEMENTE LAMIN	-	-	10,755	15,722	13,473	3,724	-	1.95%
8408900000	- TURBINAS DE VAPOR, - PARTES	-	10	8	6	14,023	-	-	2.02%
DEMÁS PRODUCTOS		235,363	182,380	211,365	230,560	238,320	83,354	0.31%	34.41%
Totales		716,748	523,162	652,907	623,356	692,521	183,799	-0.88%	160.86%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

3.5.4 Barreras Arancelarias

Los principales importadores de flores del mundo en su mayoría imponen una tarifa del 0% a la entrada de las rosas, claveles, orquídeas, crisantemos y demás flores ecuatorianas; es una tasa que beneficia a los exportadores locales. Las excepciones son los países de Canadá, Kazajstán, Rusia, Suiza y Ucrania, el cuarto aplica aranceles elevados a Ecuador; sin embargo el 0,93% de lo exportado de flores se va a este destino.

3.6. MERCADO JAPONÉS

Ilustración 10 MAPA DE JAPÓN



3.6.1 Información General

Japón, la tercera potencia en el mundo, es un país insular del este de Asia. Situado en el Océano Pacífico, tiene al oeste el mar del Japón, China, Corea del Norte, Corea del Sur y Rusia, el norte el mar de Ojotsk y al sur el mar de China Oriental y Taiwán. Además, Japón significa **“el origen del sol”**, motivo por el que el país también es conocido como la Tierra del Sol Naciente.

Japón forma parte de los principales organismos y organizaciones internacionales, tales como APEC, OECD, G-20 y G-8; además es miembro activo de la OMC desde el 1 de Enero de 1995, es parte del sistema multilateral de comercio incluido al Programa de Doha para el Desarrollo (PDD). En el marco de la OMC, el país japonés implementó un conjunto de medidas destinadas a los países en desarrollo. Así mismo es estado miembro de la Organización de las Naciones Unidas desde 1956, miembro de la OCDE. Adherido al Protocolo de Kyoto, Adherido al Convenio de Washington sobre el comercio internacional de especies amenazadas de fauna y flora silvestre., Adherido al Convenio de Basilea de relativo al control de los movimientos transfronterizos de desechos peligrosos y su eliminación, Adherido al Protocolo de Montreal relativo a las sustancias que agotan la capa de ozono,

Adherido al Convenio Internacional del Café de 2001. Además, Japón es miembro de la Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC). Japón y la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ANSA) firmaron también un acuerdo (en abril de 2008) para una Cooperación económica extendida. Japón es firmante de acuerdos multilaterales y bilaterales con varios países. (Conoce Japón, 2012)

3.6.2 Datos Generales

Nombre oficial	Japón (Nippon-koku)
Superficie	377.950 km ²
Limites	Archipiélago formado por 6.852 islas. Las principales son Hokkaido, Honshu, Shikoku, Kyushu y Okinawa. Sin fronteras terrestres con otros países, Japón está ubicado entre el Océano Pacífico y el mar de Japón, al este de China, Rusia y la península de Corea.
Población	127,103.988 millones (Marzo 2014)
Capital	Tokio
Principales ciudades	Tokio, Kanagawa, Osaka, Aichi, Saitama
Idioma oficial	Japonés
Moneda	Yen
PIB (USD bn)	5,007.2 billones
PIB % crecimiento real	1.9%
PIB per cápita	46.720,36 USD
PIB per cápita (PPA)	USD 38.297 Agricultura 1.2% Sector Industria 26.3% Sector Servicios 72,5%
Tasa de cambio	102.8 JPY per dollar
Tasa de inflación anual	0.1
Inversión	19.6% del PIB
Reserva de moneda internacional	1.275 mil millones

3.6.3 Economía de Japón

Japón dispone de pocos recursos naturales (algunos yacimientos de oro, magnesio, carbón y plata) y, por tanto, depende del exterior para el suministro de materias primas y de recursos energéticos. Poseedor de un vasto dominio marítimo, el país figura en los primeros puestos en cuanto a productos de pesca. Solo el 15% de la superficie de la tierra es cultivable. El té y el arroz son los dos principales cultivos. El sector agrícola está muy subvencionado y protegido. La agricultura contribuye solo de forma marginal al PIB y emplea a menos del 4% de la población activa.

El sector industrial está muy diversificado, y abarca tanto productos básicos (acero, papel) como productos de alta tecnología. Japón domina así los sectores de la automoción, la robótica, la biotecnología, la nanotecnología y las energías renovables. Japón es el segundo mayor productor de vehículos y de barcos. El sector industrial aporta casi el 30% del PNB.

El sector servicios representa más de 70% del PIB y emplea a cerca de 70% de la población activa.

Tabla 15 PRINCIPALES SECTORES PRODUCTIVOS DE JAPÓN

Repartición de la actividad económica por sector	Agricultura	Industria	Servicios
Empleo por sector (en % del empleo total)	3,7	25,3	69,7
Valor añadido (en % del PIB)	1,2	26,2	72,7
Valor añadido (crecimiento anual en %)	2,1	-2,9	0,3

Fuente: World Bank

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

3.6.4 Logística de Transporte

3.6.4.1 Acceso Marítimo

El país cuenta con una infraestructura portuaria compuesta por más de 150 puertos y subpuertos distribuidos a lo largo de su territorio. Entre los complejos portuarios más destacados se encuentran Kobe (Esta ubicado a 20 km de la ciudad de Osaka, situada en la parte central del archipiélago japonés), Osaka (Es uno de los puertos marítimos más importantes por su nivel de comercio, está ubicado en la desembocadura del río Yodo en la Bahía de Osaka), Tokio (Está ubicado en la zona central de la costa oriental de la isla de

Honshu, siendo esta la mayor de las cuatro islas que componen el archipiélago japonés. Es uno de los puertos más traficados del país, dispone de una infraestructura adecuada para el embarque y desembarque, almacenamiento de mercancía tipo general, perecedera, al granel y refrigerada.), Yokohama (Se ubica al Noroeste de la bahía de Tokio y está considerado como la principal puerta de entrada hacia los principales centros productivos del Japón) y Nagoya (Está considerado como uno de los cinco puertos más importantes en Japón por el volumen de carga manejada), considerados como los principales puntos de acceso hacia el territorio japonés. (PROECUADOR, 2012)

Existen varias líneas navieras que cubren el servicio desde el Puerto de Guayaquil hacia los principales puertos de Japón. Las líneas navieras que prestan este servicio desde Ecuador son: TRANSOCEÁNICA a través de HAPAG-LLOYD o NIPPON YUSEN KAISHA LINE, GREENANDES ECUADOR a través de EVERGREEN LINE.

Ilustración 11 LINEAS NAVIERAS Y CONSOLIDADOS CON OFERTA DE SERVICIO A JAPÓN



Tabla 16 COSTOS DE NAVIERAS

LINEA NAVIERA	FLETE MARITIMO	THC	COSTOS LOCALES	TIEMPO DE TRANSITO	COSTOS ADICIONALES
Hapag-Lloyd	4.000,00	128,80	207,20	30 días	30,00
Greenandes Ecuador S.A.	3.800,00	125,00	130,00	42 días	590,60

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

3.6.4.2 Acceso Aéreo

La infraestructura aeroportuaria de Japón está compuesta por un total de 175 aeropuertos distribuidos a lo largo del territorio insular y garantizado facilidades de acceso aéreo a cualquier destino al interior del país. Por los que se ofrecen servicios internacionales desde el Aeropuerto Internacional de Fukuoka, Aeropuerto Internacional de Osaka, el Aeropuerto de Hiroshima, el Aeropuerto Internacional de Kansai, el Aeropuerto Internacional de Tokio-Narita Airport y el Aeropuerto Internacional Haneda. Sin embargo, los complejos aéreos de Aeropuerto Internacional de Kansai, Aeropuerto Internacional de Tokio- Narita Airport y Aeropuerto Internacional Haneda son los que concentran la mayor cantidad de tráfico.

Actualmente no existen servicios aéreos directos desde Ecuador hacia este destino, no obstante la movilización de la carga se efectúa a través de servicios con conexiones en distintas ciudades europeas como Frankfurt, Paris, Londres, Ámsterdam y Luxemburgo, así como en Estados Unidos, Canadá y Taipéi desde donde la carga es redespachada a Japón en servicios de pasajeros y carga.

Además dada la naturaleza del producto, para este proyecto se tomara en cuenta solo el flete aéreo.

Ilustración 12 CONEXIONES DE AEROLÍNEAS PRESTADORAS DE SERVICIO A JAPÓN

Aerolínea	Conexiones	Frecuencia	Clase
 AEROMEXICO	Ciudad de México – México	Todos los días	Pasajeros
 American Airlines	Miami , New York – Estados Unidos	Todos los días	Pasajeros
 AIR CANADA	Toronto – Canadá	Todos los días	Pasajeros
 AIRFRANCE	París – Francia	Todos los días	Pasajeros
 BRITISH AIRWAYS	Miami – Estados Unidos Londres – Inglaterra	Todos los días	Carga
 cargolux	Luxemburgo – Luxemburgo	viernes y domingo	Carga
 aerojet	Miami – Estados Unidos Taipéi – Taiwán	Lunes a sábados	Carga
 FedEx	Memphis –Estados Unidos	Todos los días	Carga
 KLM	Ámsterdam- Países Bajos	Todos los días	Carga
 Martinair CARGO the can do crew	Ámsterdam- Países Bajos	Martes a domingo	Carga
 SINGAPORE AIRLINES	Los Ángeles – Estados Unidos; Singapur - Singapur	Viernes y Domingo	Carga y pasajeros
 Continental Airlines	Houston - Estados Unidos	Martes a Domingo	Pasajeros
 DELTA	Atlanta, Seattle - Estados Unidos	Todos los días	Pasajeros
 Lufthansa	Frankfurt - Alemania	Todos los días	Pasajeros

Tabla 17 COSTOS DE LAS AEROLÍNEAS

AEROLÍNEA	DESTINO	ruta	FORMA/ PAGO	TARIFA x KILO	OTROS CARGOS	TIEMPO DE TRANSITO
LAN CARGO	NRT	UIO-GYE-JFK-NRT	PREPAID	3,15	FSC x Kilo= 0,65 o Min= 65,00 MCC= 43,00 CHA= 60,00 FYT= 2,50 x cada fito	2 días normal Fin de semana 3 días
LUFTHANSA	NRT	UIO-BQN-FRA-NRT	PREPAID	2,81	FSC x peso vol= 1,20 SSC x kilo= 0,20 CHA= 45,00 No se cobra HAWB	2 días

Fuente: Operflor Cargo Cía. Ltda.

Elaborado por: Maribel Yáñez I

3.7 LA DEMANDA

La demanda es la cantidad de un producto o servicio que un mercado determinado está dispuesto a adquirir para satisfacer una necesidad, en un lugar, tiempo y precio establecido.

3.7.1 Metodología para cuantificar la demanda

La demanda de un producto o servicio está determinada por la cantidad que el mercado requiera para satisfacer una necesidad con un valor establecido, en un sitio específico y en un momento determinado. La primera prueba de factibilidad para un proyecto es la cuantificación de la demanda de ello dependerá en gran parte la elección del mercado objetivo.

“El análisis de la demanda histórica junto con la cuantificación de la demanda nos servirá para determinar el volumen de la futura demanda del producto que el proyecto estaría en condiciones de ofrecer a dicho mercado a un determinado precio”. (Barreno, 2004)

Con esta información se estará en situación de calcular la demanda insatisfecha. La demanda insatisfecha debe ser amplia a la oferta. Por cuanto existe información estadística histórica suficiente, confiable, la metodología a aplicarse es la de Consumo Aparente para lo cual se analizara la producción nacional en Japón de las exportaciones e importaciones.

Tabla 18 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

<i>AÑO</i>	<i>DEMANDA</i>
<i>2014</i>	38.000
<i>2015</i>	50.000
<i>2016</i>	61.000
<i>2017</i>	74.000
<i>2018</i>	86.000
<i>2019</i>	97.000

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

3.7.2 Segmentación de mercado

La segmentación de mercado busca separar el mercado actual en grupos diferentes de consumidores que estén interesados en flores ecuatorianas.

Por la naturaleza de este estudio, los clientes finales de la Empresa Operflor Cargo Cía. Ltda., será el cliente Otani Trading el cual es un mayorista de flores.

A continuación la segmentación de mercado:

- **Variable Geográfica:** El mercado se divide en unidades geográficas.
 - ✓ **Ubicación:** Tokio
 - ✓ **Zona:** Zona Urbana

- **Variable Demográfica:** Es la forma más común de diferenciar grupos de consumidores, ya que las preferencias y el nivel de uso se relacionan directamente con esta variable:
 - ✓ **Edad:** 18 años en adelante
 - ✓ **Género:** Masculino y Femenino
 - ✓ **Renta:** Ingresos propios
 - ✓ **Ocupación:** Importadores mayoristas de flores
 - ✓ **Educación:** Parámetro abierto
 - ✓ **Religión:** Parámetro abierto
 - ✓ **Raza:** Parámetro abierto
 - ✓ **Nacionalidad:** Parámetro abierto

- **Variable Psicográfica:** Divide a los usuarios en grupos diferentes según su clase social forma de vida y personalidad.
 - ✓ **Clase social:** Media, media-alta, alta
 - ✓ **Estilo de vida:** Personas que sepan cómo comercializar flores ecuatorianas y valoren su calidad.
 - ✓ **Personalidad:** Personas activas, comerciantes.

- **Variables en base al Comportamiento:** Divide al mercado en grupos de acuerdo a su conocimiento del producto, actitud y su nivel de lealtad.
 - ✓ **Momentos de uso:** Cotidiano
 - ✓ **Beneficios Buscados:** Importar flores ecuatorianas que sean de alta calidad, tallos verticales, capullos gruesos, y que su duración en florero sea alta.
 - ✓ **Categoría de cliente:** Importadores actuales, supermercados.
 - ✓ **Frecuencia de uso:** Alta
 - ✓ **Nivel de lealtad:** Alta, que prefieren flores ecuatorianas.
 - ✓ **Disposición:** Personas informadas e interesadas en importar flores ecuatorianas.

3.7.3 Factores que afectan la demanda

Los principales factores que afectan a la demanda son:

- **El precio:** La cantidad demandada cumple una relación inversa al precio que se le asigne al bien, es decir que al incrementar el precio de las flores, disminuirá la cantidad demandada o viceversa.
- **Ingreso de los Consumidores:** La cantidad demandada incrementa al aumentarse los ingresos de los consumidores y viceversa. Se debe analizar la distribución de los gastos de los consumidores con respeto a sus créditos.
- **Precio de la Competencia:** Debemos ofrecer nuestro producto en un rango de precios reales, cercanos a los de la competencia, evitando que los potenciales clientes limiten sus compras por este factor.
- **Precios de Bienes Sustitutivos y/o Complementarios:** La cantidad demandada del bien, aumenta al incrementarse los precios de los bienes sustituidos y/o complementarios y viceversa.
- **Preferencias del Consumidor:** La demanda aumenta cuando las preferencias del consumidor por las flores ecuatorianas se concretan y viceversa. Es importante conocer los cambios de gustos y tendencias del mercado para aprovecharlos, manteniéndole a la clientela y fortaleciendo nuestros diferenciadores frente a la competencia.

- **Crecimiento de la Población:** Un proyecto es rentable cuando se lo mantiene a largo plazo con una relación de ingresos sobre egresos y esto es posible al existir la suficiente demanda de flores ecuatorianas.

3.7.4 Análisis de la producción interna de flores en Japón

Según la base de TRADEMAP se determinó que en Japón no existe producción nacional de flores, esta información nos lleva a la conclusión que la producción de flores en Japón es cero (0).

3.7.5 Análisis de las importaciones de flores en Japón

Tabla 19 IMPORTACIÓN DE FLORES A JAPÓN

AÑOS	TONELADAS METRICAS
2011	44.139
2012	47.314
2013	46710

Fuente: Trademap

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

3.7.5.1 Proyecciones

Las proyecciones de las importaciones de flores en Japón se las realiza con el método de mínimos cuadrados para los siguientes cinco años.

Tabla 20 CUADRO DE LA PROYECCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE FLORES EN JAPÓN, PERIODO 2014-2019

AÑO	TONELADAS NETRICAS
2014	48.625
2015	49.911
2016	51.196
2017	52.482
2018	53.767
2019	55.053

Fuente: Trademap

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

3.7.5 Análisis de las exportaciones de flores en Japón

Las exportaciones en Japón son mínimas en relación a las importaciones que se registran en el país.

Tabla 21 EXPORTACIONES DE FLORES EN JAPÓN, PERIODO 2011-2013

AÑO	TONELADAS METRICAS
2011	26
2012	23
2013	39

Fuente: Trademap

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

3.7.5.1 Proyecciones

Las proyecciones de las exportaciones de flores en Japón se las realiza con el método de mínimos cuadrados para los siguientes años.

Estas proyecciones demuestran que las exportaciones no tienen un crecimiento muy sustancial, lo cual es positivo para la elaboración de este proyecto.

Tabla 22 PROYECCIÓN DE LA EXPORTACIÓN DE FLORES EN JAPÓN

AÑO	TONELADAS METRICAS
2014	42
2015	49
2016	55
2017	62
2018	68
2019	75

Fuente: Trademap

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

3.7.6 Consumo Aparente

El consumo aparente es aquel que resulta de la suma de la producción existente del mercado a investigar, más las importaciones realizadas por dicho país, menos las exportaciones.

Siendo la fórmula para determinar el consumo aparente la siguiente:

$$CA=P+M-X$$

Dónde:

CA= Consumo Aparente

P= Producción

M= Importaciones

X= Exportaciones

Para conocer cuál será el consumo aparente de flores en Japón en los cinco años a partir del 2015, se toma como base los datos proyectados tanto de la producción como de las importaciones y exportaciones, que están dados en toneladas métricas; y se los reemplaza en la fórmula. El siguiente cuadro refleja el consumo aparente del 2015 al 2019.

Tabla 23 CONSUMO APARENTE

AÑO	PRODUCCIÓN NACIONAL PROYECTADA Tm	IMPORTACIONES PROYECTADAS Tm	EXPORTACIONES PROYECTADAS Tm	CONSUMO APARENTE Tm
2014	0	48.625	42	48.583
2015	0	49.911	49	49.862
2016	0	51.196	55	51.141
2017	0	52.482	62	52.420
2018	0	53.767	68	53.699
2019	0	55.053	75	54.978

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

3.7.7 Población económicamente activa en Japón

La población económicamente activa de Japón ha experimentado un crecimiento contante, es necesario conocer sus datos históricos para realizar una proyección a los años de la duración del proyecto.

Tabla 24 PEA HISTÓRICO DE JAPÓN

AÑOS	PEA
2006	66.605.675
2007	66.808.379
2008	65.630.899
2009	66.296.543
2010	66.420.609
2011	67.569.737
2012	65.281.090

Fuente: Banco Mundial

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

3.7.7.1 Proyecciones

Tabla 25 CÁLCULOS PARA LA PROYECCIÓN DE LA PEA DE JAPÓN

	AÑO	Y	X	X.Y	X ²
2006	1	66.605.675	-1	(66.605.675)	1
2007	2	66.808.379	-2	(133.616.758)	4
2008	3	65.630.899	-3	(196.892.697)	9
2009	4	66.296.543	0	-	0
2010	5	66.420.609	1	66.420.609	1
2011	6	67.569.737	2	135.139.474	4
2012	7	67.281.090	3	201.843.270	9
		466.612.932		6.288.223	28

$$a = \frac{\sum y}{n} = \frac{466.612.932}{7} = 66.658.990$$

$$b = \frac{\sum xy}{x^2} = \frac{6.288.223}{28} = 224.579$$

$$Y=a+bx$$

$$Y(2013)=66.658.990+224.579(4)= 67.557.306$$

$$Y(2014)= 66.658.990+224.579(5)= 67.781.885$$

$$Y(2015)= 66.658.990+224.579(6)= 68.006.464$$

$$Y(2016)= 66.658.990+224.579(7)= 68.231.043$$

$$Y(2017)= 66.658.990+224.579(8)= 68.455.622$$

$$Y(2018)= 66.658.990+224.579(9)= 68.680.201$$

$$Y(2019)= 66.658.990+224.579(10)= 68.904.78$$

Tabla 26 PEA DE JAPÓN PROYECTADA DEL 2013-2019

AÑO	PEA
2013	67.557.306
2014	67.781.885
2015	68.006.464
2016	68.231.043
2017	68.455.622
2018	68.680.201
2019	68.904.780

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

3.7.8 Consumo per cápita

Una vez que se ha proyectado el PEA durante los años que dure el proyecto, se puede calcular para conocer el consumo de flores por habitante en Japón, y se calcula de la siguiente manera.

Tabla 27 CONSUMO PER CAPITÁ DE FLORES EN JAPÓN

AÑO	CONSUMO APARENTE Tm	PEA	CONSUMO APARENTE PER CÁPITA Tm
2014	48.583	67.781.885	0,07
2015	49.862	68.006.464	0,07
2016	51.141	68.231.043	0,07
2017	52.420	68.455.622	0,08
2018	53.699	68.680.201	0,08
2019	54.978	68.904.780	0,08

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

3.7.8.1 Consumo Recomendado

El consumo recomendado se lo obtuvo pesando 25 tallos de flores que es la cantidad que tiene un bonche de flores las mismas que obtuvieron un peso de 350 gramos, le multiplicamos este peso por 10 días que es la duración mínima de las flores en el florero y convirtiéndole a kilos da un resultado de 3.5kg.

Tabla 28 CONSUMO RECOMENDADO DE FLORES

AÑO	CONSUMO RECOMENDADO ANUAL KG
2015	3.5
2016	3.5
2017	3.5
2018	3.5
2019	3.5

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

3.7.9 Demanda Insatisfecha

3.7.9.1 Déficit por Habitante

Déficit por Habitante= Consumo per cápita real (aparente)-Consumo recomendado

Tabla 29 DÉFICIT POR HABITANTE

AÑO	CONSUMO APARENTE PER CÁPITA Tm	CONSUMO RECOMENDADO PER CAPITA kg/Año	DÉFICIT POR HABITANTE kg/Año
2014	0,07	3,5	-3,43
2015	0,07	3,5	-3,43
2016	0,07	3,5	-3,43
2017	0,08	3,5	-3,42
2018	0,08	3,5	-3,42
2019	0,08	3,5	-3,42

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

3.7.9.2 Déficit Total

Para el cálculo del déficit total de flores en el mercado de Japón se requiere de la PEA proyectada y del déficit por habitante. Se le obtiene de la siguiente manera:

Déficit Total= Déficit por habitante *PEA

Tabla 30 DÉFICIT TOTAL

AÑO	DÉFICIT POR HABITANTE kg/Año	PEA	DÉFICIT TOTAL Kg/Año
2014	-3,43	67.781.885	(232.491.866)
2015	-3,43	68.006.464	(233.262.172)
2016	-3,43	68.231.043	(234.032.477)
2017	-3,42	68.455.622	(234.118.227)
2018	-3,42	68.680.201	(234.886.287)
2019	-3,42	68.904.780	(235.654.348)

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

Al existir una amplia diferencia entre la oferta del proyecto y la demanda insatisfecha, donde esta demanda es muy superior a la oferta, existirían menos riesgos para el proyecto, pero si la oferta es mayor o igual a la demanda insatisfecha el riesgo sería demasiado alto.

En este estudio de mercado demostró que el factor demanda es aceptable, puesto que la demanda insatisfecha que es de 232.491.866 para el año 2014, aumento cada año hasta llegar a 235.654.348 en el 2019.

3.8 La Oferta

En términos económicos, la oferta es el número de unidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a vender a determinados precios en un área definida; en este caso la oferta está constituida por los países exportadores de flores a Tokio-Japón, representados por sus fincas productoras.

Para el desarrollo de un proyecto de exportación es importante conocer la oferta existente, calidad, precios, porcentaje de participación en el mercado, canales de distribución y conocer nuestra competencia y calidad a la que se debe enfrentar.

Además de aprovechar las ventajas competitivas que se tiene frente a otros países oferentes de flores, tales como la calidad y variedad.

3.8.1 Oferta del proyecto

Oferta es la cantidad de productos, bienes o servicios que los productores están dispuestos a fabricar y vender en un determinado mercado en cierto momento.

El cálculo de la oferta del proyecto se realizó tomando en cuenta varios factores como el precio referencial de venta de las flores en Japón, la disponibilidad del producto en el país de origen, la disponibilidad de espacio en las aerolíneas que transportan las flores y el nivel de crecimiento que tendrá el proyecto cada año.

Debido a que esta industria es variable, debido a muchos factores como son los gustos y preferencias del consumidor final, precios, desastres naturales entre otros, se proyectara la oferta del proyecto solo para cinco años.

Tabla 31 OFERTA DEL PROYECTO

AÑO	CONSUMO APARENTE TM	PEA	CONSUMO APARENTE PER CAPITA KG	CONSUMO RECOMENDADO PER CAPITA KG	DÉFICIT PER CAPITA TM	DÉFICIT TOTAL	OFERTA DEL PROYECTO TM
2015	49.862	68.006.464	0,07	3,5	-3,43	-233.262.172	3
2016	51.141	68.231.043	0,07	3,5	-3,43	-234.032.477	4
2017	52.420	68.455.622	0,08	3,5	-3,42	-234.118.227	5
2018	53.699	68.680.201	0,08	3,5	-3,42	-234.886.287	6
2019	54.978	68.904.780	0,08	3,5	-3,42	-235.654.348	7

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

3.8.2 Factores que afectan a la Oferta

Los principales factores que afectan a la oferta son los siguientes:

- **Valor de los insumos:** Al incrementar los precios de los insumos, materiales, suministros, mano de obra y demás factores necesarios para la producción de flores, se deberá incrementar el precio de venta para poder cubrir estos gastos y no incurrir en pérdidas. Al incrementarse los precios de los bienes los demandantes también tendrán una reacción y por lo general, el consumo de flores, se reducirá.
- **Desarrollo de la tecnología:** La tecnología y la innovación a nivel mundial del sector de las flores se ha basado en la búsqueda de mejoras técnicas de cultivo y pos cosecha,

renovación de plantas, etiquetado y embalaje, en el campo y reducir costos de producción, optimizar técnicas de manufactura y hacer más eficiente los procesos de desarrollo del producto, pudiendo aumentar la oferta y paralelamente los beneficios.

- **Valores de los bienes sustitutivos y/o complementarios:** La existencia de una oferta amplia de productos sustitutivos y/o complementarios podrían limitar la oferta del producto principal, es el caso de las flores, que además de tener productos sustitutivos directos como lo son otras variedades de plantas, también existen varios productos complementarios que pueden ser flores plásticas, peluches, chocolates, etc.
- **Factores externos:** Los factores externos que pueden afectar a la oferta podrían ser el clima, la temporada, plagas, etc. Estos factores son de mucha peligrosidad ya que pueden hacer que cultivos extensos se pierdan parcialmente o en su totalidad.

3.8.3 Análisis de precios

El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un bien, es decir es la suma de todos los valores que los consumidores intercambian por el beneficio de obtener un producto. (Kotler, Introducción al Marketing, 2000)

La fijación del precio es vital para ser competitivos. Es por ello que globalmente hemos observado que las empresas minoristas tienden a establecer tiendas más grandes es decir adquirir mayor cantidad de productos para poder ofrecer un precio más bajo y conveniente.

Para determinar el precio hay que tomar en cuenta diferentes aspectos que influyen en la fijación de precios tales como:

- Calidad del producto.
- Precios referenciales del mercado de destino.
- Precio productos sustitutivos.
- Capacidad adquisitiva del mercado de destino.
- Y la más importante, es la basada en el estudio de costo de producción, administración y ventas más una ganancia.

El precio de las rosas depende de tres factores:

- ❖ La temporada:
 - ✓ Invierno
 - ✓ Verano
- ❖ El largo del tallo.
- ❖ Mercado al que se enviara las rosas, en el presente proyecto es a Tokio-Japón.

A continuación los precios promedios de rosas frescas exportadas al mercado japonés:

Tabla 32 PRECIOS PROMEDIOS DE ROSAS FRESCAS

PAIS PROVEEDOR	TEMPORADA	CLASIFICACIÓN VARIEDADES	PRECIOS (POR MEDIDA)							
			40	50	60	70	80	90	100	P-Pro
ECUADOR	VERANO	Estándar	0,10	0,15	0,20	0,25	0,30	0,35	0,40	0,25
		Premium	0,20	0,25	0,30	0,35	0,40	0,45	0,50	0,35
		Super Premium	0,30	0,35	0,40	0,45	0,50	0,55	0,60	0,45
	INVIERNO	Estándar	0,15	0,20	0,25	0,30	0,35	0,40	0,45	0,30
		Premium	0,25	0,30	0,35	0,40	0,45	0,50	0,55	0,40
		Super Premium	0,35	0,40	0,45	0,50	0,55	0,60	0,65	0,50
COLOMBIA	VERANO	Estándar	0,04	0,09	0,14	0,19	0,24	0,29	0,34	0,19
		Premium	0,14	0,19	0,24	0,29	0,34	0,39	0,44	0,29
		Super Premium	0,24	0,29	0,34	0,39	0,44	0,49	0,54	0,39
	INVIERNO	Estándar	0,09	0,14	0,19	0,24	0,29	0,34	0,39	0,24
		Premium	0,19	0,24	0,29	0,34	0,39	0,44	0,49	0,34
		Super Premium	0,29	0,34	0,39	0,44	0,49	0,54	0,59	0,44
KENIA	VERANO	Estándar	0,04	0,05	0,10	0,15	0,20	0,25	0,30	0,15
		Premium	0,10	0,15	0,20	0,25	0,30	0,35	0,40	0,25
		Super Premium	0,20	0,25	0,30	0,35	0,40	0,45	0,50	0,35
	INVIERNO	Estándar	0,05	0,10	0,15	0,20	0,25	0,30	0,35	0,20
		Premium	0,15	0,20	0,25	0,30	0,35	0,40	0,45	0,30
		Super Premium	0,25	0,30	0,35	0,40	0,45	0,50	0,55	0,40
HOLANDA	VERANO	Estándar	0,20	0,25	0,30	0,35	0,40	0,45	0,50	0,35
		Premium	0,30	0,35	0,40	0,45	0,50	0,55	0,60	0,45
		Super Premium	0,40	0,45	0,50	0,55	0,60	0,65	0,70	0,55
	INVIERNO	Estándar	0,25	0,30	0,35	0,40	0,45	0,50	0,55	0,50
		Premium	0,35	0,40	0,45	0,50	0,55	0,60	0,65	0,60
		Super Premium	0,45	0,50	0,55	0,60	0,65	0,70	0,75	0,70

Fuente: Expoflores-Ecuador

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

Precio de exportación

El precio establecido en este proyecto es coherente respecto a la competencia mundial, la realidad nacional del mercado japonés, la calidad del producto y que sea el precio accesible para el cliente.

Es importante analizar los precios de la competencia para determinar el rango en el cual podemos establecer los nuestros y determinar si el valor ofrecido compensa el precio que los potenciales clientes pagarían por las flores ecuatorianas.

Los precios internacionales de rosas y para las flores en general se comportan en forma cíclica, siendo los meses de registro records de precios. Otros factores que afectan los precios internacionales además de la estacionalidad de la demanda mundial, son la tasa de cambio. (Magap, s.f.)

Por lo que se determina gracias a la fuente Expoflores que el precio del tallo (rosa) a los países Asiáticos en temporada alta especialmente en San Valentín (14 de febrero), Año Nuevo fiscal (Abril); Regalos de estación de medio año (Julio), Vacaciones de verano (3 días en agosto), Estación de regalos en invierno (principios de diciembre), Estación de Navidad y Fin de año (diciembre), es alrededor de \$ 1,25 centavos y en temporada baja es mínimo \$ 0,60.

Tabla 33 TOP DOWN TEMPORADA BAJA

CONCEPTO		COSTO UNITARIO
COSTO TOTAL		0,20
Margen de ganancia 25%		0,05
Precio del tallo		0,25
EXW		0,25
Lista de empaque		0,05
Utilización de Pallets		0,03
Transporte Interno		0,02
Documentos para la exportación		0,05
FCA		0,40
Agencia de Carga		0,02
Documentos de Embarque		0,01
Agente Afianzador		0,07
Transporte Internacional		0,10
PRECIO AL CONSUMIDOR		0,60

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

Tabla 34 TOP DOWN TEMPORADA ALTA

CONCEPTO	COSTO UNITARIO
COSTO TOTAL	0,40
Margen de ganancia 25%	0,10
Precio del tallo	0,50
EXW	0,50
Lista de empaque	0,10
Utilización de Pallets	0,05
Transporte Interno	0,05
Documentos para la exportación	0,10
FCA	0,80
Agencia de Carga	0,05
Documentos de Embarque	0,05
Agente Afianzador	0,10
Transporte Internacional	0,25
PRECIO CONSUMIDOR	1,25

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

CAPÍTULO IV

MARCO PROPOSITIVA

4.1 TEMA

Proyecto de factibilidad para la exportación de flores hacia el país de Japón, ciudad de Tokio, de la Empresa Operflor Cargo Cía. Ltda., ubicada en el cantón Quito, provincia Pichincha. Periodo 2015-2019”.

4.2 RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA

Operflor Cargo fue fundada en el año de 1994, después de haber sido una agencia paletizadora denominada Servipalet siendo la primera agencia que se dedicaba a prestar dicho servicio, hoy en día es una agencia especializada en el manejo y exportación de carga perecedera, principalmente de flores y productos de primera clase.

Se encuentra ubicada directamente en el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre en el sector de Tababela, cuenta con cuartos fríos y muelles necesarios para poder realizar sus actividades.

Operflor Cargo proporciona a los cultivadores de flores una solución de primera clase para sus necesidades logísticas y de manejo ya que cuenta con un departamento de coordinación el cual tiene como función ayudar a las fincas a coordinar su carga de una mejor manera, con personal eficiente y altamente capacitado para realizar dicha actividad.

Operflor Cargo, tiene años de reconocida experiencia, con el trabajo eficiente y efectivo de sus operadores, asegurando una correcta temperatura para los productos transportados y la información de vuelos minuto a minuto a sus clientes. Con una buena logística en todos sus procesos especialmente en evitar que se dé narcotráfico dentro de sus instalaciones y mercancías con una estricta norma de seguridad.

4.2.1 Misión

Brindar un servicio profesional, oportuno, confiable y eficiente para satisfacer todas las necesidades de nuestros clientes, con talento humano altamente especializado, manteniendo altos estándares de seguridad y mejoramiento continuo de los procesos.

4.2.2 Visión

Brindar un servicio óptimo para ser líder en el mercado, manteniendo nuestros principales clientes.

4.2.3 Objetivo General

Brindar el mejor servicio a nuestros clientes, que la carga que nos confían llegue a su destino en perfectas condiciones, en el tiempo pactado, minimizando contratiempos y manteniendo la calidad y seguridad de nuestros servicios de acuerdo con sus necesidades.

4.2.4 Objetivos específicos

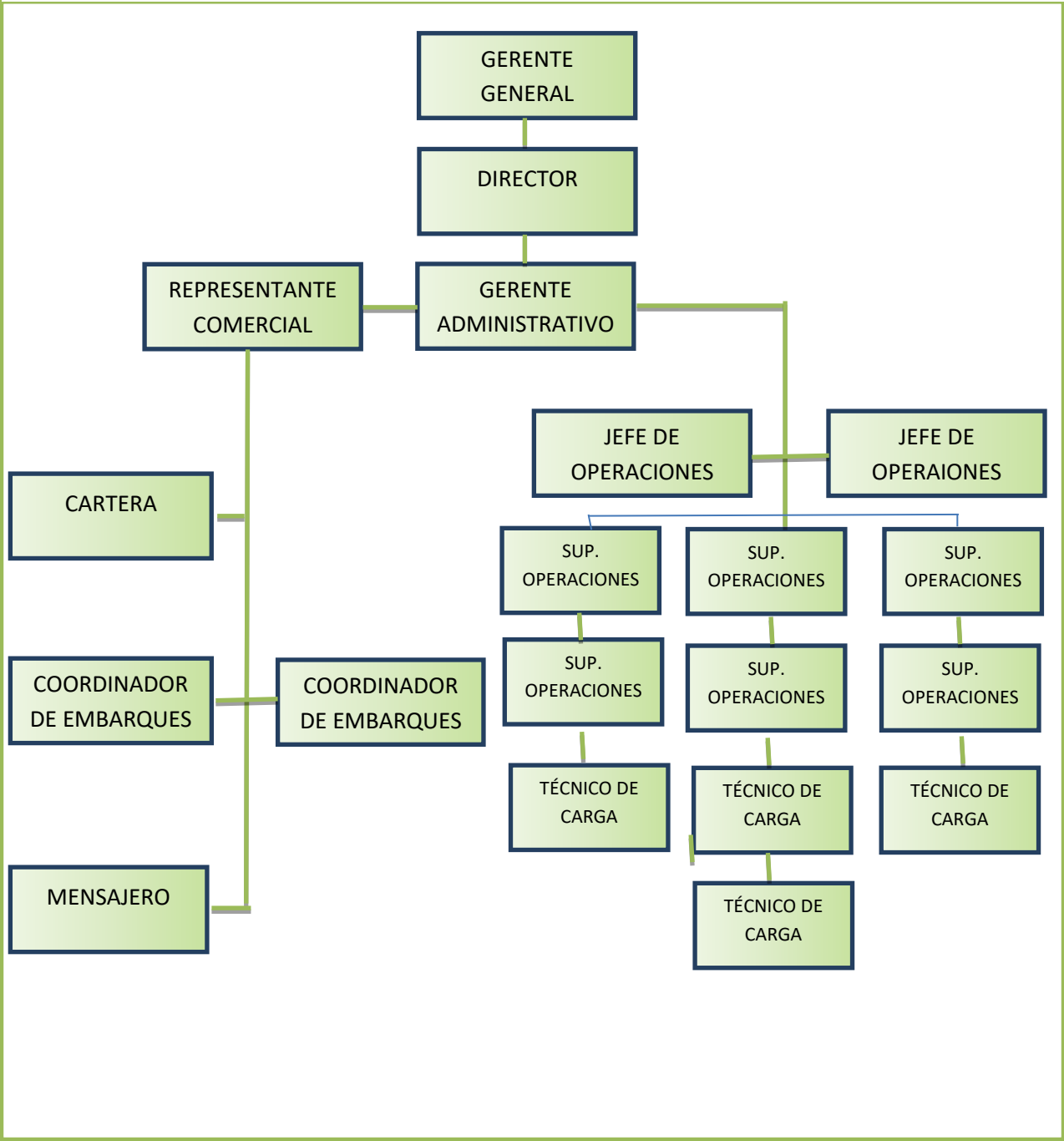
- ✓ Brindar un excelente y óptimo servicio a nuestros clientes.
- ✓ Garantizar la seguridad de la carga a nuestros clientes en momento de traslado.
- ✓ Capacitar al personal contra actos de interferencia ilícita.
- ✓ Ofrecer los servicios dentro de los estándares de calidad y con una cobertura globalizada contribuyendo así con el desarrollo económico y social de nuestro país.
- ✓ Realizar visitas a los clientes de la empresa durante el año.
- ✓ Elevar el nivel de ganancias de los accionistas.
- ✓ Incrementar la rentabilidad de la empresa.
- ✓ Buscar un crecimiento sólido.
- ✓ Buscar clientes potenciales y cuidar los existentes.
- ✓ Mantener un mejoramiento continuo en los procesos.

4.2.5 Política

Operflor Cargo es una empresa especializada en el manejo y exportación de carga perecedera. Gracias a nuestra infraestructura física y tecnológica, podemos acoplar el servicio de acuerdo a las necesidades del cada cliente.

4.2.6 Estructura Administrativa

Ilustración 13 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Fuente: Operflor Cargo Cía. Ltda.
Elaborado por: Maribel Yáñez I.

4.3 MARCO LEGAL

A continuación se detallaran las entidades y leyes con la Empresa Operflor Cargo Cía. Ltda., tiene un relación directa y a las cuales acudirá para llevar a cabo el proceso de exportación de flores ecuatorianas.

4.3.1 Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE)

El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador es un organismo encargado de administrar los servicios aduaneros del Ecuador, mediante el cobro eficiente de tributos y la facilitación y control de la gestión aduanera en el comercio exterior, sobre las base de procesos integrados y autorizados.

Es una empresa estatal, autónoma y moderna con autonomía técnica, administrativa, financiera y presupuestaria, orientada al servicio. (Aduana del Ecuador, 2014)

La Empresa Operflor Cargo Cía. Ltda., deberá relacionarse directamente con la SENAE, por tratarse de una empresa que se dedica al comercio exterior, con un alto nivel profesional, técnico y tecnológico.

La empresa acudirá a la SENAE por trámites de exportación de consumo.

4.3.2 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión COPCI

El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI, 2010)

4.3.3 Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI)

El COMEXI es un consejo creado para la concentración de políticas de comercio exterior e inversiones. Tiene como función establecer una conexión constante entre el sector público y privado, y de esa forma trabajar conjuntamente para establecer lineamientos de corto, mediano y largo plazo que impulsen las relaciones comerciales del país con el exterior.

El COMEXI expide las normas necesarias para la ejecución y desarrollo de las políticas de comercio exterior e inversiones mediante resoluciones que deberán ser tomadas en cuenta para el proceso de exportación de las flores ecuatorianas.

4.3.4 Expoflores

La Asociación de Productores y Exportadores de Flores, Expoflores, nació en 1984 con la misión de representar al sector floricultor ecuatoriano y satisfacer las necesidades de los socios, a través de servicios rápidos y efectivos que los ayuden a generar valor agregado en los negocios, enmarcados en las normas sociales y ambientales.

Es una institución sui géneris, pues vender flores significa vender alegría, satisfacer el gesto amoroso del cliente, llenar de espíritu del mundo.

Expoflores representa a sus socios y al sector ante las autoridades nacionales, seccionales y locales en temas como incrementos sectoriales y beneficios sociales, impuestos, tributos, tasas, multas y sanciones, ordenanzas y reglamentos, vuelos chárter y especiales; frente a los paros y conmoción nacional; por delegación asiste al Consejo de Cámaras, Comité Empresarial Ecuatoriano, Cámara de Agricultura, MAGAP; ProEcuador, Fedexpor, SAF (Society of American Florist), WFFSA (Wholesale Florist and Florist Supply Association) y mantienen alianzas estratégicas con asociaciones de los principales mercados. (Expoflores, 2014)

4.3.5 Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR)

El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, parte del Ministerio de Relaciones Exteriores, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e

inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional. (PROECUADOR, 2014)

4.3.6 Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)

El Ministerio de Industrias y Productividad es un organismo del gobierno, que está facultado para planificar, dirigir, controlar y ser ejecutor de políticas y de desarrollo del sector productivo de Ecuador.

El objetivo del MIPRO es incentivar el crecimiento y diversificación de nuevas industrias de exportación y la reestructuración de las existentes con miras a su incursión en mercados externos, y además desarrollar políticas de comercio exterior e interior. (MIPRO, 2014)

4.3.7 Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana

El Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana (MREMH) es el rector de la política internacional y es el responsable de la gestión y coordinación de la misma, la integración latinoamericana y la movilidad humana, respondiendo a los intereses del pueblo ecuatoriano, al que le rendirá cuentas de sus decisiones y acciones en cumplimiento de los principios constitucionales y de las normas del derecho internacional, en el marco de los planes nacionales de desarrollo. (MREMH, 2014)

4.3.8 Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD)

La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro-Agrocalidad, es la Autoridad Nacional Sanitaria, Fitosanitaria y de Inocuidad de los Alimentos, encargada de la definición de la ejecución de políticas, regulación y control de las actividades productivas del agro nacional. La cual, es respaldada por normas nacionales e internacionales, que apuntan a la protección y mejoramiento de la producción agropecuaria, implantación de prácticas de inocuidad alimentaria, el control de la calidad de los insumos, el apoyo a la preservación de la salud pública y el ambiente, incorporando al sector privado y otros actores en la ejecución de planes, programas y proyectos.

Agrocalidad promueve en las diversas cadenas de producción agropecuaria, procesos sustentados en sistemas de gestión de la calidad, al fin de mejorar la producción, productividad y garantizar la soberanía alimentaria, para lograr la satisfacción de los requerimientos nacionales y el desarrollo de la competitividad internacional. (AGROCALIDAD, 2014)

4.3.9 Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP)

Dicha Institución es responsable de controlar, regular, facilitar y evaluar la gestión de la producción agrícola, pecuaria, forestal, pesquera y acuícola del país, tomando acciones que incrementen la productividad y competitividad para lograr su crecimiento y desarrollo continuo, a través de la asistencia técnica, zonificación, priorización de acciones que garanticen la sustentabilidad del agro. (MAGAP, 2014)

4.3.10 Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP)

“Generar y proporcionar tecnologías apropiadas, productos, servicios y capacitación especializadas para contribuir al desarrollo sostenible de los sectores agropecuarios, agroforestal y agroindustrial”.

El INIAP investiga, genera, adapta, promueve y difunde conocimientos y tecnologías adecuadas a las demandas preferentes de las cadenas agras productivas, a fin de propender al desarrollo sustentable y competitivo del sector y contribuir al bienestar de la sociedad ecuatoriana. (INIAP, 2014)

4.3.11 Servicio de Rentas Internas (SRI)

El Servicio de Rentas Internas es una entidad autónoma, encargada de la administración y recaudación de todos los impuestos dentro del territorio, brinda una adecuada atención a los contribuyentes y al mismo tiempo crea una mayor transparencia con tecnología de punta.

El SRI tiene a su cargo la ejecución de la política tributaria del país en lo que se refiere a los impuestos internos, por lo tanto la compañía deberá rendir cuentas en materia tributaria al SRI. (SRI, 2014)

4.3.12 Ley de Sanidad Vegetal

“El Ministerio de Agricultura y Ganadería, a través del Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria-SESA; se encargara de precautelar el buen estado fitosanitario de los cultivos agrícolas, del material de propagación y productos de consumo, impidiendo el ingreso al país de plagas exóticas y evitando el incremento y diseminación de las existentes.” (Codificación de la Ley de Sanidad Vegetal Art.1, 2004)

Es a través de esta ley que el MAGAP, representado por el SESA pueden cumplir con su objetivo de garantizar la idoneidad de los alimentos y productos vegetales exportados a otros países.

4.4 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico del presente proyecto consiste en determinar la posibilidad técnica de exportar en producto, fijando el tamaño óptimo desde el punto de vista físico y financiero, la localización correcta, identificar el proceso productivo más adecuado, determinar el requerimiento de maquinarias y equipos, las instalaciones físicas y la organización requeridos para el funcionamiento operativo del proyecto.

Por lo señalado este estudio pretende responder varias interrogantes: dónde, cuándo, cuánto, y cómo producir el producto requerido por el mercado objetivo.

4.4.1 Objetivos del Estudio Técnico

- Determinar la posibilidad técnica para la exportación de flores ecuatorianas al mercado japonés.
- Establecer el tamaño óptimo desde el punto de vista físico y la localización correcta del proyecto.
- Investigar el proceso y los costos de la exportación de las flores ecuatorianas (rosas).

4.5 Tamaño del Proyecto

“La capacidad de producción de los bienes o servicios en un periodo de operación definido es lo que se conoce como tamaño de un proyecto.” (Barreno, 2004)

Para determinar el tamaño del proyecto hay que analizarlo desde el punto de vista físico, bajo ese criterio, el tamaño del proyecto será su máxima producción que se puede obtener en una planta de producción, para un tiempo determinado.

El primero tiene relación con el mejor tamaño desde el punto de vista económico, el que definirá aquel tamaño que presente el máximo rendimiento financiero del proyecto, a partir de la aplicación de instrumentos de optimización de recursos que permitirá la disminución de costos y maximización de utilidades.

El segundo es el que analiza el tamaño del proyecto desde el punto de vista físico, bajo este criterio, el tamaño del proyecto será la máxima producción que se puede obtener de una planta de producción en una unidad de tiempo definida, es decir se basa en consideraciones de orden técnico o de ingeniería dejando de lado el análisis económico.

4.5.1 Localización del Proyecto

La localización del proyecto se refiere a la ubicación geográfica que podrá brindar ventajas y facilidades al productor.

Este estudio se basará en la Empresa Operflor Cargo Cía. Ltda., ubicada en el catón Quito, provincia de Pichincha, siendo justamente su principal ventaja al estar en unas de las zonas más privilegiadas para el cultivo de flores, por su temperatura, luminosidad y humedad.

4.5.2 Ingeniería del Proyecto

“La ingeniería del proyecto está dirigida a solucionar todo lo concerniente con la instalación y el funcionamiento de la planta, en el cual se incluye desde la descripción del proceso de producción de los bienes materiales o servicios incluyendo la selección de la tecnología que se deba aplicar, adquisición de materias primas e insumos, equipo y maquinaria, se determina la distribución optima de la planta, concluyendo con la determinación de la estructura

organizacional y la construcción jurídica de la institución que opera el proyecto”. (Barreno, 2004)

4.5.2.1 Proceso de producción

Se denomina proceso productivo de flores al conjunto de actividades que se realizan en una plantación florícola indistintamente del tipo de flor y la forma de cultivo que se maneja en la finca. (Orbea, 2009)

Toda finca florícola cumple con tres pilares básicos que son: Producción, Post Cosecha y Comercialización.

4.5.2.1.1 Producción

Comprende el largo proceso desde preparar la tierra para la siembra hasta la cosecha. Para este proceso es fundamental que la persona encargada posea amplios conocimientos.

La inversión en este proceso es la más alta del negocio, ya que comprende la utilización de los insumos más costosos (químicos, fertilizantes, plásticos, yemas), además concentra la mayor parte de mano de obra de la finca.

Este proceso, agrupa varios subprocesos:

- ✓ **Preparación del Terreno:** Incluye ciertas actividades:

- Subsolar:** Remover la tierra por debajo de la capa arable, facilitando el posterior drenaje del agua.

- Nivelación del Terreno:** Eliminar montículos de tierra e incorporar una serie de abonos y fertilizantes.

- ✓ **Preparación de la Tierra:** El suelo debe estar bien drenado y aireado para evitar la formación de charcos.

- ✓ **Preparación de camas y caminos:** Las camas son los espacios destinados para la siembra y futuro crecimiento de la planta, siendo las dimensiones idóneas: 30m de largo x 75cm de ancho. La altura mínima de la cama es de 20cm y la máxima de 30cm sobre el nivel del suelo.

Los caminos son los senderos que separa una cama de otra. Deben tener el mismo largo que la cama, pero con un ancho de 1 metro, para permitir el paso de fumigadores, recolectores y demás cuidadores de plantas.

- ✓ **Preparación de Invernaderos:** El propósito de los invernaderos es proteger a las plantas de la lluvia, viento, plagas, heladas, excesivo sol, entre otros aspectos.

Los invernaderos pueden ser metálicos o de madera, siendo los primeros los más recomendables por su durabilidad de 20 años aproximadamente frente a 5 años para los de madera. Los invernaderos metálicos son desarmables, contruidos en base de cemento, que evitan la formación de sombra dentro de los invernaderos, al tener columnas de apenas 2 pulgadas. Es aconsejable contruirlos en grandes dimensiones (50x20m y más) y de forma semicurva para mayor circulación de aire.

Las estructuras deben ser cubiertas con plástico de alta densidad, con protección especial para rayos ultravioletas, colocados a los lados y en el techo de los invernaderos; además de tener cortinas laterales que permitan la circulación del aire.

Ilustración 14 INVERNADERO DE LA FINCA



- ✓ **Preparación del Sistema de riego:** El sistema por goteo, es el más popular y beneficioso, centrado su dispersión de agua a cada mata sembrada.
- ✓ **Siembra:** La siembra puede ser por semillas o injertos de yemas, aunque este último, es el método más empleado a nivel comercial, las yemas deben de ser plantadas, con una separación de 2,5cm entre plantas y 7,5cm entre hileras, siendo lo recomendable 3 hileras por cama.

Ilustración 15 SIEMBRA Y REGADÍO DE INJERTOS DE YEMA



- ✓ **Control de temperaturas:** La temperatura que se debe mantener es entre 17-25° durante el día, mientras que en la noche debe mantenerse una temperatura mínima de 15°. Se puede mantener valores ligeramente inferiores o superiores durante periodos cortos para evitar daños.

La temperatura nocturna continúa por debajo de lo mínimo indicado, retrasaría el crecimiento de la planta o produciría flores deformes. Por otro lado, las temperaturas excesivamente elevadas producen rosas más pequeñas de lo normal, con pocos pétalos descoloridas, se debe tener en cuenta la temperatura adecuada para que no suceda ninguno de estos casos y poder obtener flores sin ninguna deformidad.

- ✓ **Control de iluminación, humedad y ventilación:** Ecuador cuenta con una curva de luz constante durante todo el año, pero en periodo de verano, cuando la intensidad del sol es muy fuerte, se debe cubrir los plásticos de los invernaderos con tela, para reducir la penetración de rayos solares.

En cuanto a la humedad, las rosas requieren un nivel relativamente elevado, regulable mediante el humedecimiento de los pasillos durante las horas más cálidas del día. La ventilación debe regularse de forma manual o automática, abriendo los laterales y las cumbres de los invernaderos, para controlar ciertas enfermedades.

- ✓ **Labores Culturales:** Es el conjunto de actividades que deben cumplirse para iniciar una fase productiva, tales como:

- **Toturaje:** Colocación perpendicular de maderas al suelo, cruzadas por alambres o piolas para ayudar a la planta a que se forme correctamente. El mayor crecimiento vertical de la planta, asegura un mayor porcentaje de tallos largos, comercializados a mejor precio.

- **Deshierbe:** Se lo realiza durante las primeras etapas de formación de la planta, retirando las matas que crecen alrededor del rosal, ya que estas le quitan agua, luz y espacio.
- **Desbotone:** Se basa en quitar los botones secundarios y terciarios de la flor y dejar solamente el principal, obligando a la planta a que brote un mayor número de yemas y que sus tallos engrosen, esto ayuda a tener una mejor calidad de flor.
- **Podas:** Es el proceso de cortar los tallos delgados o enfermos para ayudar a que la planta crezca coposa. Al realizar una poda, se debe sellar el tallo para evitar nuevos rebotes.

En el lapso de la cuarta a la octava semana empieza la producción.

- ✓ **Control de plagas y enfermedades:** Es necesario conocer los síntomas de la flor ante la presencia de plagas y enfermedades para de esa manera controlarlas a tiempo y disminuir el riesgo de contagio dentro de todo el cultivo y por ende, reducir los daños y pérdidas.
- ✓ **Cosecha de la flor:** Es el proceso de corte y recolección manual de los botones con tijeras podadoras. Se cortara las flores en su madurez comercial, con un tallo que tenga 3 yemas de hojas completas. Las rosas deben cortarse en el punto perfecto, caso contrario, al ser muy inmaduras, las cabezas se marchitan. Las flores se cortan normalmente con un tallo tan largo como sea posible, ya que el mercado juzga la calidad de rosa por la longitud de su tallo. Las flores son colocadas en mallas plásticas con capacidad de 10-20 tallos, la cantidad cosechada dependerá de la variedad de la planta y especialmente de los factores climáticos.
- ✓ **Renovación del cultivo:** Debido que los gustos y preferencias del consumidor son variables, las fincas productoras de flores deben erradicar ciertas clases de flores y plantar nuevas.
- ✓ **Transporte interno:** Las rosas cosechadas son enviadas desde los invernaderos hasta la sala de poscosecha por medio de cable vías, que disminuyen el manipuleo humano y posible daño de la flor, este proceso es muy importante ya que no existe mucho maltrato a la flor.

4.5.2.1.2 Proceso de Post cosecha

Después de obtener la flor con la calidad esperada en el cultivo, el siguiente paso que debe cumplirse es de ser revisada y clasificada, según los parámetros establecidos, procurando no lastimarla de manera mecánica o humana.

Este proceso se extiende desde el arribo de la flor de cultivo hasta su envío a las cargueras.

Ilustración 16 ÁREA DE POST COSECHA



Ilustración 17 FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE POST COSECHA



1) Registro de control de ingreso

Se controla la calidad y cantidad de la flor recibida del cultivo, llevando una estadística de las enfermedades detectadas, cantidad producida por invernadero, condiciones de recepción y demás, haciendo una retroalimentación a producción.

2) Hidratación de las rosas

Dentro de post cosecha estas rosas se las vuelve a colocar en recipientes con agua para que continúe la cadena de hidratación, esta agua contiene cloro, ácido cítrico y Ph balanceado. La hidratación de las rosas continuara hasta que estas ya sean empacadas en las cajas para ser despachadas, este proceso es muy importante para mantener la flor en perfectas condiciones.

Ilustración 18 HIDRATACIÓN DE LAS FLORES



3) Clasificación de las rosas por variedad y punto de corte

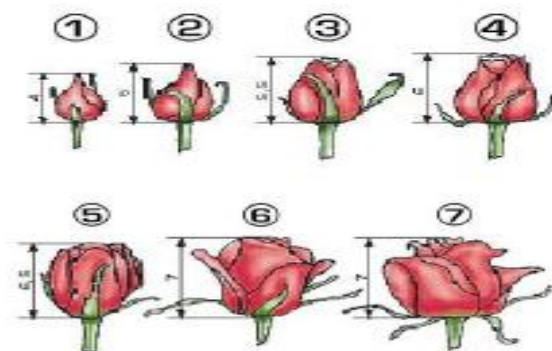
Éste proceso requiere de personal muy bien capacitado, que conozca los parámetros de clasificación y posea un buen criterio de selección. La clasificación y selección debe cumplir con varias actividades:

❖ **Limpieza:** Se debe arrancar las hojas y espinas de la parte inferior del tallo.

- ❖ **Clasificar por la Calidad:** Desechar los tallos curvos, deformes o dañados. Según el daño de la flor, ésta puede ser comercializada en el mercado local o utilizarla para la elaboración de abono natural.
- ❖ **Punto de corte:** Los europeos prefieren la flor cerrada, los americanos y los japoneses lo prefieren una apertura normal y los rusos la prefieren abierta.
- ❖ **Las variedades de rosas:** Son los distintos tipos de diferentes colores y características, son muy numerosas, las que prefiere el mercado Japonés son: Nacar, Imagination, Showtime checkmate, Opium, Katari, Dekora, Pacarina, Twist, Showtime Groovy, entre otras.
- ❖ **El punto de corte:** Es el estado de madurez en el que el botón de la rosa se encuentra cuando es cosechado, entre más alto es el punto más abierto se encuentra el botón y entre más bajo es el punto más cerrado está.

El mercado japonés al igual que el de Estados Unidos prefiere la rosa con el punto de corte 2 o también denominado punto de corte normal. Otros mercados como el ruso prefieren el punto 4 en el que el botón está más abierto, y el de Holanda el punto 1 en el que el botón está más cerrado.

Ilustración 19 PUNTOS DE APERTURA



4) Clasificación de las rosas por su longitud

Es la relación entre la longitud del tallo y su tamaño del botón. La longitud es la medida tomada desde el cáliz hasta el final de la flor con una regleta empotrada en las mesas de clasificación. El tamaño de cabeza dependerá de la longitud del tallo, es decir, las rosas con largo de 40-50-60 cm pueden tener un tamaño de cabeza de 4-5.5 cm. Los tallos de 70 cm a más, deben tener un mínimo de cabeza de 5.5 cm en adelante.

El mercado Japonés prefiere los tallos de 40cm, 50cm, 60cm y 80cm.

5) Control de Calidad

El proceso de control de calidad se lo realiza por varios operarios, el primer operario que revisa si existen rosas en mal estado, es el encargado de la clasificación de los tallos por longitud. El segundo operario que revisa la calidad de la flor es el encargado de colocar las ligas y los capuchones de plástico.

Existen plagas y enfermedades que pueden afectar a las rosas y que se pueden detectar en post cosecha, las más comunes son la botriti y el trips y hay otras plagas que no se detecta en post cosecha pero es detectada por Agrocalidad.

6) Embonchado

El embonchado se lo realiza en la mesa de boncheo, que es la actividad de preparar los bonches, es decir empacar 25 o 20 tallos en una lámina de papel corrugado, aún sin colocar la liga.

Ilustración 20 EMBONCHADO



7) Degradado o cortado

Los bonches son cortados, para igualar las medidas de los tallos. El mercado japonés tiene preferencia por los tallos de 40, 50, 60 y 80cm.

8) Colocación de ligas y capuchones

Cuando los bonches ya están degradados se les pone ligas y capuchones de plástico, y los colocan en las tinas, donde continúan con la hidratación.

9) Etiquetado

Se digita en un sistema los bonches que ya está listos para ser vendidos, y es con esa información que sale la etiqueta.

Las etiquetas contienen los siguientes datos:

- Variedades de rosa
- Medida del tallo
- Número de unidades
- Localización de la planta y el nombre
- Código de barras

10) Cuarto frío

Los ramos son puestos en cubetas con solución nutritiva y se los envían a los cuartos fríos para su almacenamiento.

La temperatura en este cuarto frío es de 1 a 2 grados centígrados.

Ilustración 21 CUARTO FRIO



11) Registro de control de salida

Antes de ser empacadas en las cajas, los bonches serán timbrados para saber qué es lo que será despachado, y así llevar un control de lo que se entregará. Cuando son timbrados los códigos de barra de cada bonche, éstos ingresan al sistema informático que se maneja y a la vez este imprime un sticker para la caja que contendrá los bonches, en el que se detalla la siguiente información:

- Nombre del cliente
- Nombre de la variedad o variedades que entran en la caja
- Medida de los tallos
- Numero de bonches
- Total de tallos
- Nombre de la Agencia de Carga

12) Empacado

En los cuartos fríos, se empaican los bonches para cada cliente en las siguientes cajas:

- ✓ Cajas tabaco HB o tabaco, en estas cajas pueden entrar entre 5 bonches de 90, 80, 70 cm y 6 bonches de 60cm, cuando los bonches son de 40 y 50cm, pueden entrar de 8 a 10 por cada caja de tabaco.
- ✓ Cajas cuarto o QB, en esta caja entra la mitad de lo que entra en la caja tabaco.
- ✓ Cajas EB, en esta caja entra la mitad de lo que entra en un QB.
- ✓ También pueden existir las cajas full, en estas cajas entran dos cajas tabaco.

Ilustración 22 EMPACADO



13) Enzunchado

Al ser colocados los bonches dentro de la caja se le colocará papel periódico dentro de ésta. Los bonches dentro de la caja son zunchados manualmente, para que no se maltraten.

La caja es tapada y pasará a la enzunchadora donde se le pondrá los zunchos para asegurar la caja y después se les colocará los stickers antes mencionados.

14) Despacho a camiones

Las cajas listas se les pasa a la otra parte del cuarto frío donde están listas para ser despachadas. Del cuarto frío las cajas pasarán directamente al camión refrigerado, en el cual serán transportadas a la agencia de carga ubicada en el Aeropuerto Mariscal Sucre, sector Tababela en Quito.

4.5.2.3 Descripción técnica del producto

Las rosas son muy conocidas a nivel mundial que no hay que hacer muchas presentaciones y publicidad se conoce infinitas variedades, colores, perfumes, historias, detalles, hay la posibilidad de que gracias a personas entusiastas, llegan a crear sus propias variedades de Rosas.

La rosa ha sido sometida a lo largo de la historia a una intensa selección con el objetivo de crear nuevas variedades y formas.

Su nombre científico es: Rosa sp.

Nombre vulgar: Rosa

Están catalogadas más de 30.000 variedades en el mundo. Cada año aparecen nuevos centenares. De las que están catalogadas, están a la venta aproximadamente 3.000 variedades.

Las rosas tropicales con más de 100 variedades que se caracterizan por sus formas variadas, colores, tamaños, por su larga vida después del corte, no necesitan de refrigeración y por ser muy fuertes, resisten la manipulación. Las rosas tropicales poseen intensos y brillantes colores.

Operflor Cargo Cía. Ltda., con sus fincas asociadas producen muchas variedades de rosas entre las cuales tenemos:

Ilustración 23 CLASES DE ROSAS



Nacar



Cumbia



Cinnamon



Hihg and Yellow Magic



Showtime Yellow Moon



Imagination



Showtime Orange Cantata



Showtime Checkmate



Opium



Showtime Clarita



Showtime Stiletto



Dekora



Topaz



Wild One



Showtime Cerise



Sweetness



Katari



Pacarina



Showtime Groovy



Twist



Green Fashion

Entre otras rosas están:

- ❖ Escimo
- ❖ Geneve
- ❖ Gold Strike
- ❖ Skyline
- ❖ Voodoo
- ❖ Panamá
- ❖ Showtime Cerise
- ❖ Light Pink Orlando
- ❖ Cool Water
- ❖ Amnesia

- ❖ Pailine
- ❖ Amsterdam
- ❖ Sweet Unique
- ❖ Blush

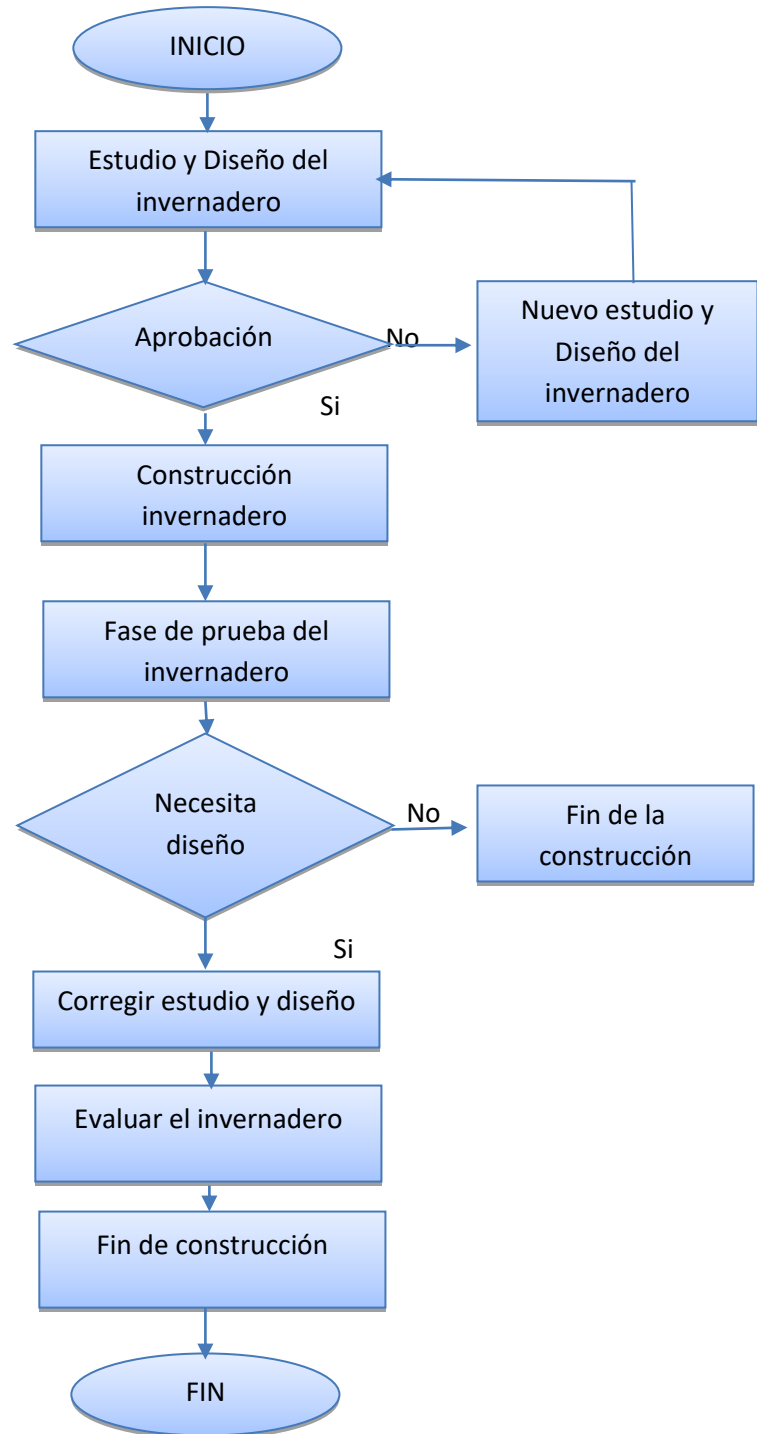
Se debe mencionar que existen tres tipos de botones:

- **Cerrado:** Se denominan así a los botones que se cosechan prematuramente ya que aún no exponen sus pétalos.
- **Semi-abierto:** Son aquellos botones que se encuentran iniciando con la exposición de sus pétalos.
- **Abierto:** Estos botones son los que ya exponen totalmente sus pétalos.

Se clasifican en:

- ✓ **Estándar:** Se consideran en esta clasificación a las rosas que tienen un botón mediano.
- ✓ **Premium:** En esta clasificación se encuentran las rosas que tienen un botón grande.
- ✓ **Super Premium:** Son las rosas que tienen un botón gigante.

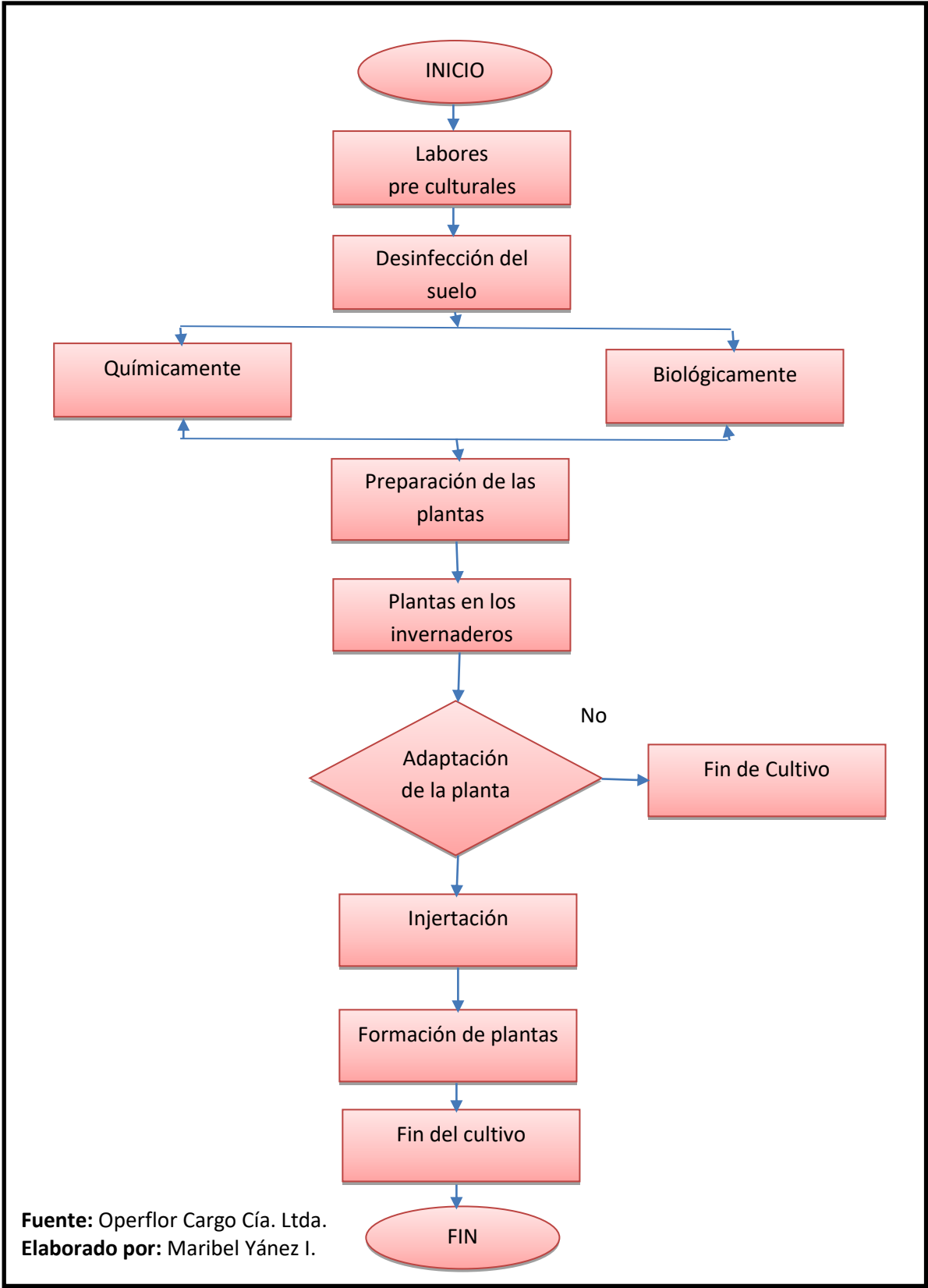
4.5.3 Invernaderos



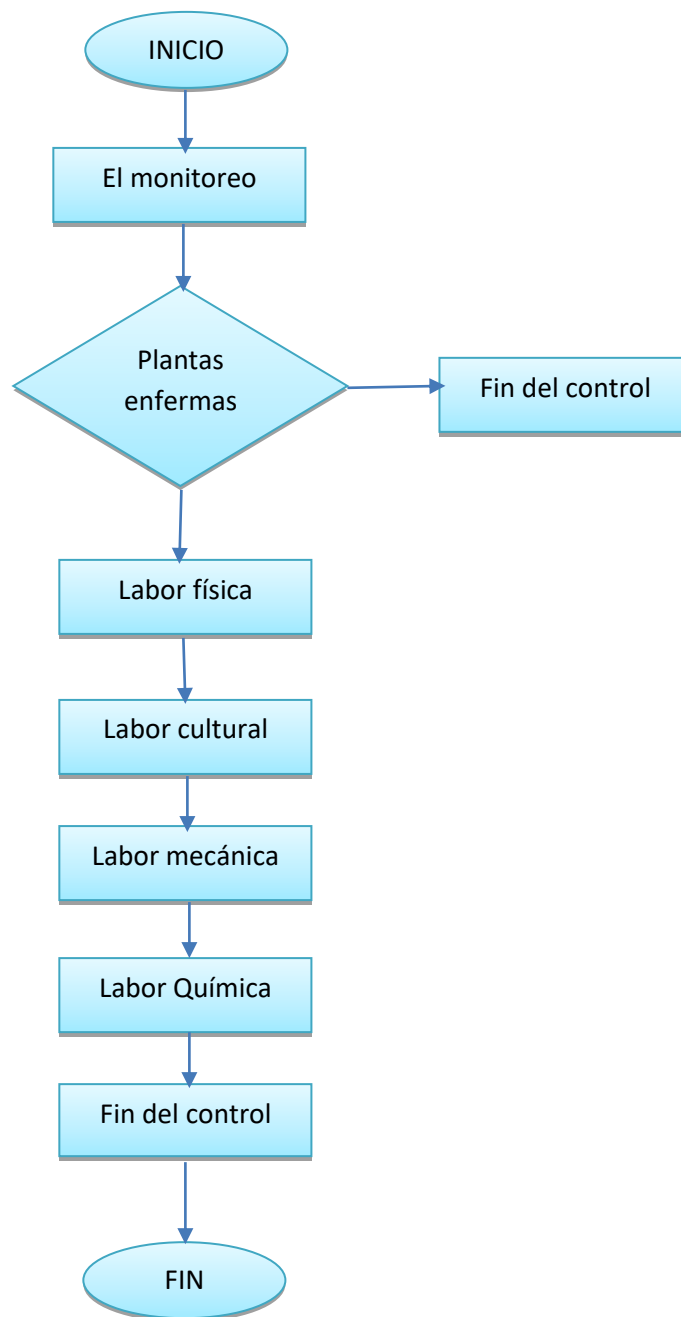
Fuente: Operflor Cargo Cía. Ltda.

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

4.5.4 Cultivo

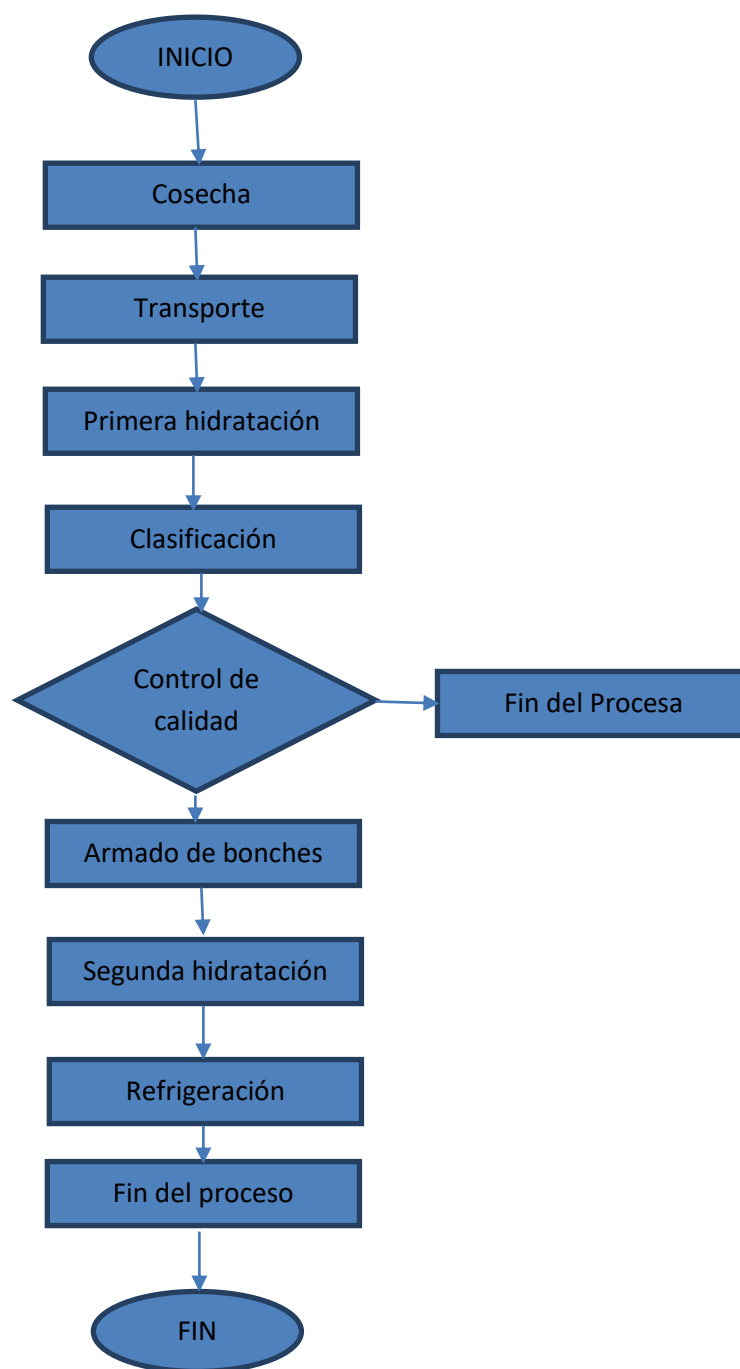


4.5.5 Control Fitosanitario



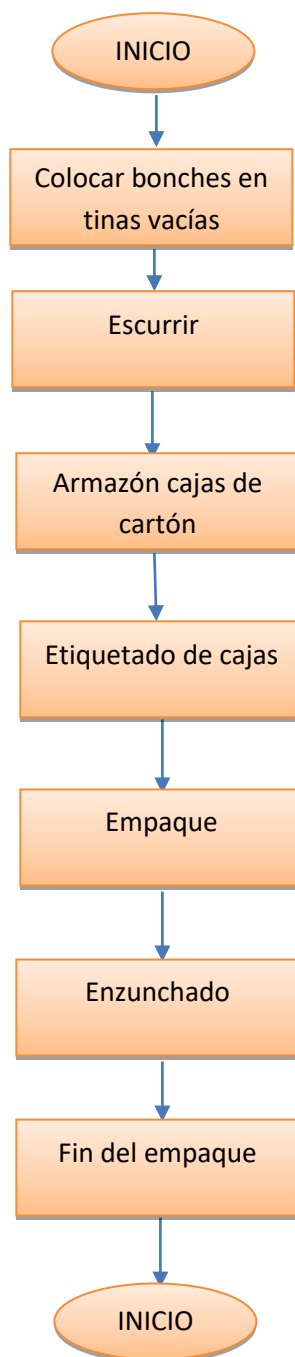
Fuente: Operflor Cargo Cía. Ltda.
Elaborado por: Maribel Yáñez I.

4.5.6 Post Cosecha



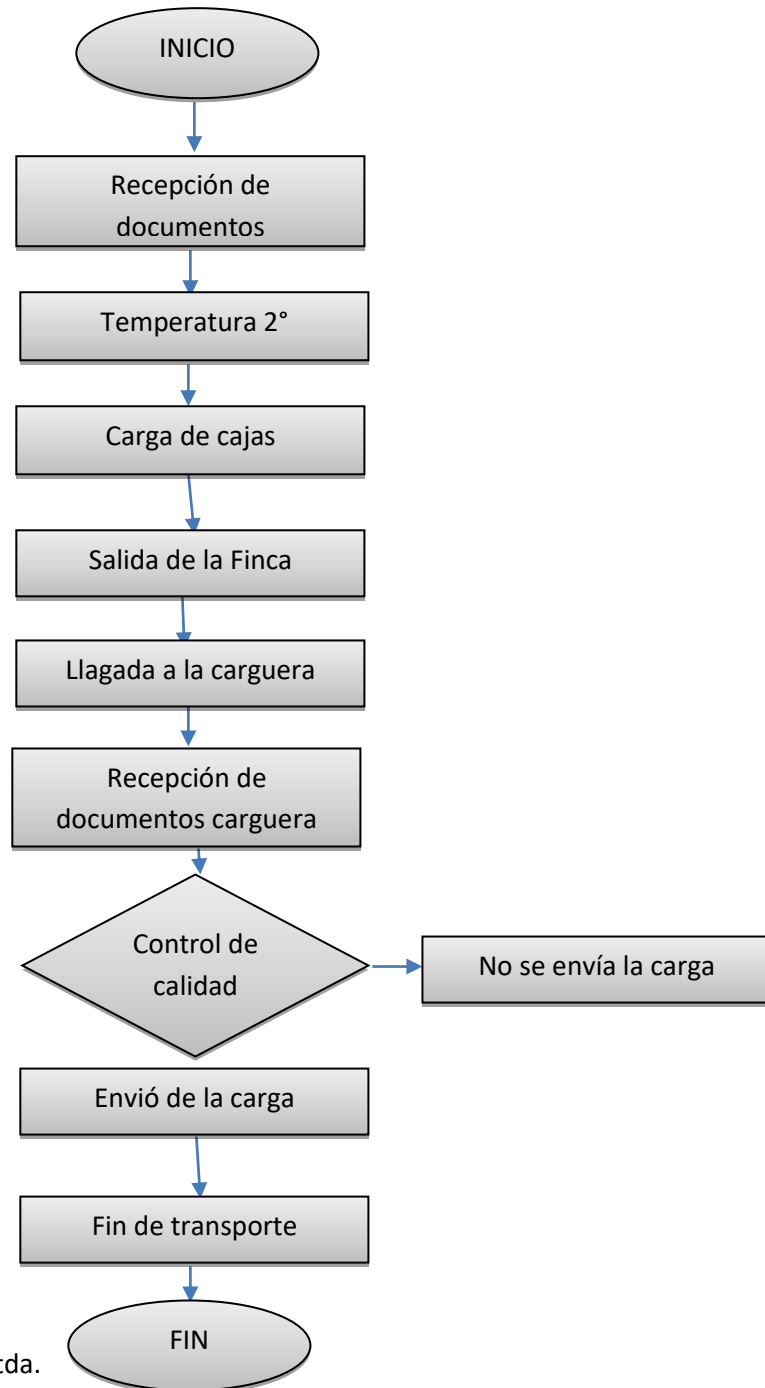
Fuente: Operflor Cargo Cía. Ltda.
Elaborado por: Maribel Yáñez I.

4.5.7 Empaque



Fuente: Operflor Cargo Cía. Ltda.
Elaborado por: Maribel Yáñez I.

4.5.8 Transporte



Fuente: Operflor Cargo Cía. Ltda.

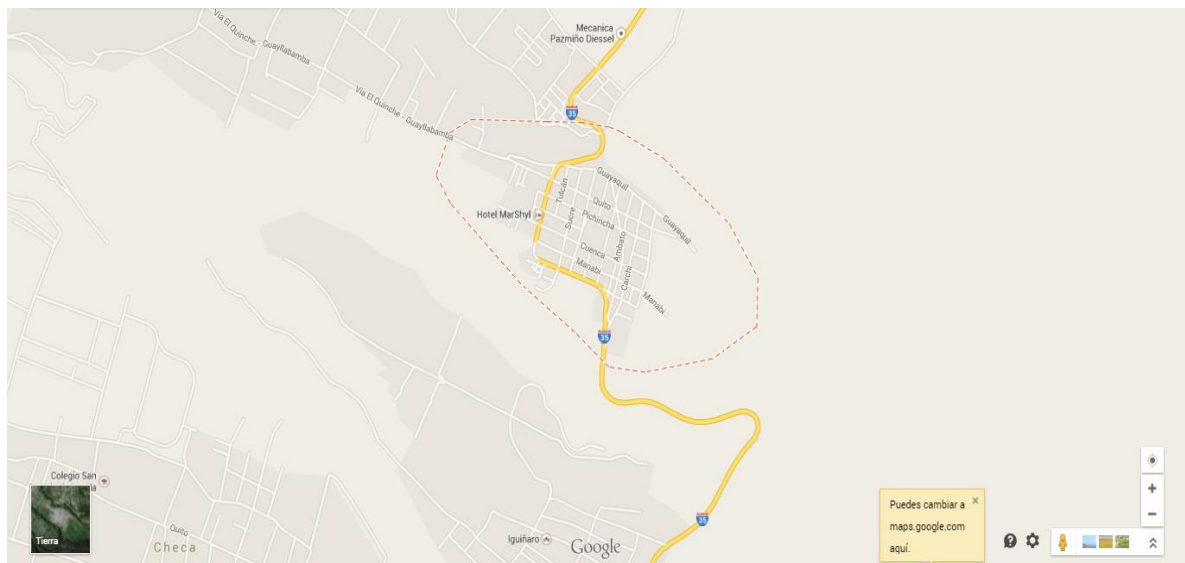
Elaborado por: Maribel Yáñez I.

4.6 Localización

La parroquia de El Quinche, barrio San Miguel de Atalpamba se encuentra ubicada al nororiente de la ciudad de Quito, a 2400 msnm, es el lugar donde se ubica la empresa a la que se le está efectuando el estudio de factibilidad para la implementación del proyecto de exportación al mercado japonés.

4.6.1 Macro-Localización

Ilustración 24 MACRO-LOCALIZACIÓN

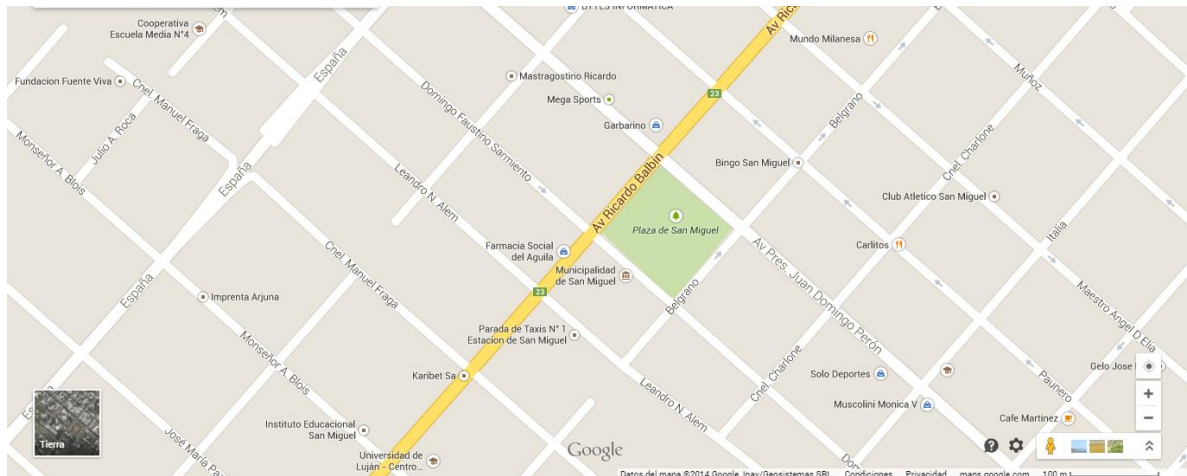


Fuente: Google maps

Elaborado por: Google maps

4.6.2 Micro-Localización

Ilustración 25 MICRO-LOCALIZACIÓN



Fuente: Google maps

Elaborado por: Google maps

4.7 Distribución de planta

La distribución de la planta se la debe realizar tomando en cuenta todos los factores técnicos en beneficio del trabajador y la producción, ya que esto permitirá brindar condiciones de un trabajo óptimo y efectuar las operaciones de producción más segura y económica.

Toda buena distribución de planta debe cumplir con los siguientes principios:

- **Integración de conjunto:** Integrar todas las actividades de la empresa, incluso las auxiliares.
- **Mínima distancia recorrida:** Disminuir las rutas entre materiales y procesos.
- **Flujo de materiales:** Distribuir la planta según la secuencia en que se transforma o tratan los materiales.
- **Espacio cubico:** Es económicamente rentable, utilizar de modo efectivo, todo el espacio disponible del terreno, tanto vertical como horizontalmente.
- **Satisfacción y seguridad:** Es más efectiva una distribución que permita realizar el trabajo de una forma más satisfactoria y segura para los trabajadores.
- **Flexibilidad:** Permite realizar ajustes o reordenamientos al menor costo y con los menores inconvenientes.

Para el presente proyecto, se analizará la distribución física ya existente, siendo las principales áreas:

Invernaderos: Todos los invernaderos deben cubrir una sola área. Esta concentración se debe a los diseños de riego y de tratamientos de aguas, ya que mientras más dispersos se encuentren los invernaderos mayores será la extensión subterránea de los sistemas de riego, aumentando innecesariamente el costo de inversión y mantenimiento. Los invernaderos deben estar ubicados lo más lejos posible de las áreas de enfermería y comedor del personal.

Sala de Post Cosecha: Debe ser diseñada de acuerdo a las necesidades y pensando en futuras ampliaciones, evitando la aglomeración de personal, mesas, baldes, etc. La post cosecha debe tener condiciones óptimas de ventilación, temperatura y humedad, para evitar ambientes demasiado cálidos que puedan deshidratar la flor. Además, debe existir un alto nivel de iluminación neutral, ya que el trabajo ahí realizado es muy meticuloso, y este tipo de luz, evita el cansancio visual de los trabajadores. Debe estar ubicada en un lugar céntrico con respecto a los invernaderos, para facilitar el arribo de la flor.

- **Cuarto frío:** Los cuartos fríos deben ser diseñados para la máxima producción, ubicados de manera adyacente a la sala de post cosecha, para disminuir el tiempo en que la flor no está en frío.

Ésta estructura en especial, requiere grandes instalaciones eléctricas e hidráulicas, con drenajes interiores para evacuar adecuadamente el agua producida por la condensación y el agua utilizada en la limpieza.

Las puertas del cuarto frío requieren más material aislante que las paredes y deben tener bandas plásticas para reducir la posible filtración de aire caliente de la estructura.

- **Área de Empaque, Carga y Descarga:** Ésta área ocupa una parte interna del cuarto frío, donde se estiban las cajas a ser despachadas, que deben tomar frío hasta el momento de ser cargados al camión. Adyacente a esta área, pero en el exterior del cuarto frío, existe una zona para el estacionamiento del furgón, que no obstruye el paso a los demás trabajadores o medios de transporte de la finca.

Adicionalmente existen áreas secundarias, que permiten ejercer las actividades de apoyo para el completo accionar de la empresa, siendo éstas:

- **Área Administrativa:** Esta área debe estar ubicada cerca de la entrada de la empresa para atender de forma inmediata a los visitantes.
- **Baños y Vestidores:** Según normas internacionales de seguridad, en este tipo de industrias, debe existir una zona propicia para que los empleados puedan ducharse y cambiarse de ropa, después de su jornada laboral. Es recomendable que se encuentren lejos de los invernaderos.
- **Comedor:** Es una área destinada para la alimentación del personal, ubicado lejos de los invernaderos para evitar olores de fertilizantes y químicos que se utilizan.
- **Áreas Verdes:** Según normas socio ambientales, debe existir una relación de 1 metro cuadrado de áreas verdes, por cada 20 metros cuadrados de cultivos.
- **Bodegas:** Debido al alto nivel de utilización de químicos en esta industria, las bodegas deben cumplir con los siguientes parámetros de seguridad:
 - a) Separa las bodegas por tipo de productos almacenados en ella, existiendo por lo menos dos bodegas independientes dentro de la finca: una de químicos y otra del resto de insumos.
 - b) Rotular a la entrada de las bodegas, el tipo de materiales embodegados.
 - c) Dejar una separación de 30 cm desde la pared hasta la ubicación de los productos almacenados.
 - d) Suficiente luz natural en caso de escasez de energía eléctrica
 - e) Tener suficiente ventilación para evitar la acumulación de vapores.
 - f) Deben ser construidas con materiales no inflamables
 - g) Deben tener un extintor en cada una de ellas

Con la distribución de la planta se ha logrado dos tipos de intereses de la empresa:

Interés económico

- Incrementar la producción
- Disminuir los tiempos muertos de producción
- Aprovechamiento óptimo de las áreas
- Acortamiento del tiempo de producción
- Satisfacción de los trabajadores
- Reducción de costos
- Uso más efectivo de la mano de obra
- Mejoramiento del funcionamiento de la empresa

Interés social

- ✓ Reducción de riesgos para la salud de los trabajadores
- ✓ Incremento de la seguridad de los trabajadores

4.7.1 Requerimiento de la mano de obra y generación de empleo

El crecimiento del sector floricultor en nuestro país se debe a una adecuada política implantada por los empresarios, que han convertido a esta actividad económica en una importante generadora de trabajo y de divisas para el país, estimulando actividades paralelas como la creación de empresas comercializadoras de productos elaborados a base de las flores, agencias de carga marítima y aérea, empresas transportadoras de carga terrestre y aérea, almacenes de productos agroquímicos, talleres artesanales: de mecánicos, de equipos agrícolas, electricistas, carpinteros, suministros de plásticos, papel, cartón y otras actividades menores.

La industria florícola, ha generado plazas de trabajo en zonas rurales, con mayor participación de la mujer quien representa aproximadamente el 75% de la mano de obra empleada en la siembra, corte y selección de flores, mientras que el 25% restante, son hombres encargados del riego, limpieza, empaque y transporte. Se da una mayor participación a la mujer debido a que posee naturalmente habilidad y delicadeza para el manejo de cultivos.

Una de las características de la mano de obra en esta industria, es el bajo nivel de educación de los obreros, quienes en su mayoría son personas con educación primaria pero que en un 85% aproximadamente, poseen cargas familiares.

Los países importadores de rosas, han dado prioridad a los productores que cumplen con normas internacionales de calidad, conservación ambiental y desarrollo social. En este aspecto, la certificación más reconocida es FLP (Flower Label Program), introducida al Ecuador desde 1996, siendo el pilar y base de creación del Código de Conducta de Expoflores “Flor Ecuador”, cuyo objetivo primordial es mejorar entre otros, los aspectos sociales del sector. Estas certificaciones obligan a las florícolas a cumplir con los siguientes parámetros:

- **Igualdad de Condiciones:** Sin importar el género, edad, origen étnico, color, estado civil, orientación sexual religión u origen social, todas las personas tendrán igualdad de condiciones para llevar acabo un cargo.

- **Salario Digno:** Ejecutar lo expuesto en el Código Laboral, el trabajador recibirá una remuneración que no sea inferior al sueldo básico de \$354.
- **Afiliación al IESS:** Los trabajadores tienen el derecho de recibir todos los beneficios sociales que estipula la ley.
- **Jornada Laboral:** Cumplir el horario normal de la semana que son de 40 horas y en caso de existir horas extras, éstas deben ser voluntarias y posteriormente remuneradas.
- **Salud y Seguridad:** Sabiendo que el recurso humano es el capital más importante de cualquier empresa, la empresa asegurará un departamento médico constante y una revisión médica periódica que garantice sus capacidades físicas para la ejecución de sus funciones. En cuanto a la seguridad, la empresa otorga de manera gratuita vestimentas y equipos de seguridad adecuados para todos los obreros, cumpliendo con las normas de salud y seguridad.
- **Productos Químicos:** Para la utilización de plaguicidas u otros productos químicos es importante que el personal este altamente capacitado y tener el equipo necesario. No se podrán utilizar productos químicos altamente tóxicos o cancerígenos ya que pueden atentar con la salud y vida de los trabajadores.
- **Estabilidad Laboral:** Los empleados deben ser contratados directamente por la empresa y no por tercerizadoras, otorgándoles contratos permanentes para todo el personal, a excepción de los contratos temporales, utilizados en temporadas altas.
- **No a la explotación infantil:** No se podrá contratar personal menores de edad ya que esto va contra la ley.
- **Capacitación:** Es obligación de la empresa capacitar al nuevo personal que ingresa a la empresa, especificando las funciones que ejecutará, la cual estará dirigida por sus supervisores.

4.8 PROCESO DE EXPORTACIÓN

Para el proceso de exportación de flores a Japón es indispensable cumplir con requisitos previos para su exportación:

Las personas naturales o jurídicas para iniciar sus actividades de comercio exterior deben obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC), el mismo que se lo podrá obtener

mediante el Servicio de Rentas Internas (SRI), para registrarse como exportadores en la Aduana. Los requisitos para obtener el RUC son los siguientes:

✓ **RUC PARA PERSONAS NATURALES**

Se deberá presentar original y copia de la cédula de identidad o el pasaporte si es extranjero, y copia de un documento para verificación del domicilio y de los establecimientos donde realiza la actividad económica. Los ecuatorianos presentaran también el original de la papeleta de votación del último proceso electoral hasta un año después de su emisión por parte del TSE.

✓ **RUC PARA PERSONAS JURÍDICAS**

“Los requisitos básicos que se deben presentar para inscribirse son los formularios 01-A y 01-B, y otros documentos que varían según la condición de la sociedad.” (SRI, 2014)

- Formulario RUC 01-A y RUC 01-B, suscritos por el representante legal.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la hoja de datos generales emitido por la Superintendencia de Compañías.
- Original y copia de cédula d identidad, ciudadanía o pasaporte del representante legal.
- Original del certificado de votación.
- Original y copia de la planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial, puede corresponder al año actual o inmediatamente anterior.
- Original y copia del contrato de arrendamiento vigente a la fecha de inscripción.

A continuación todo lo relacionado al comercio exterior para la exportación de flores hacia el mercado japonés.

4.8.1 La Exportación

El régimen de Exportación definitiva, según el Art. 154 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones establece que es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio ecuatoriano. (Código Orgánico de la producción, Comercio e Inversiones, 2014)

4.8.1.1 Requisitos para ser exportadores

Personas Naturales

- ❖ Cédula de ciudadanía
- ❖ Registro Único de contribuyentes

Personas Jurídicas

- Registro Único de Contribuyentes
- Nombramiento del Representante Legal en el cual consta: Dirección domiciliaria, nombres, apellidos y cédula de ciudadanía de las personas autorizadas para firmar las declaraciones de exportación notariada.
- Copia de la constitución de la compañía notariada.
- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal de la empresa.

Instituciones del Sector Público

- Oficio suscrito del Representante legal en el cual consta: Código catastro, Dirección de la Institución, nombres, apellidos y número de cédula de ciudadanía de personas autorizadas para firmar declaraciones de exportación.

4.8.1.2 Requerimientos para Exportar




Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los datos que se consignan en la DAE son:

- Del exportador o declarante

- Descripción de mercancías por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso
- Y demás datos relativos de la mercancía

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

-  Factura comercial original
-  Autorizaciones previas
-  Certificado de origen electrónico

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a zona primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previa a su exportación.

Al exportar se notificara el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

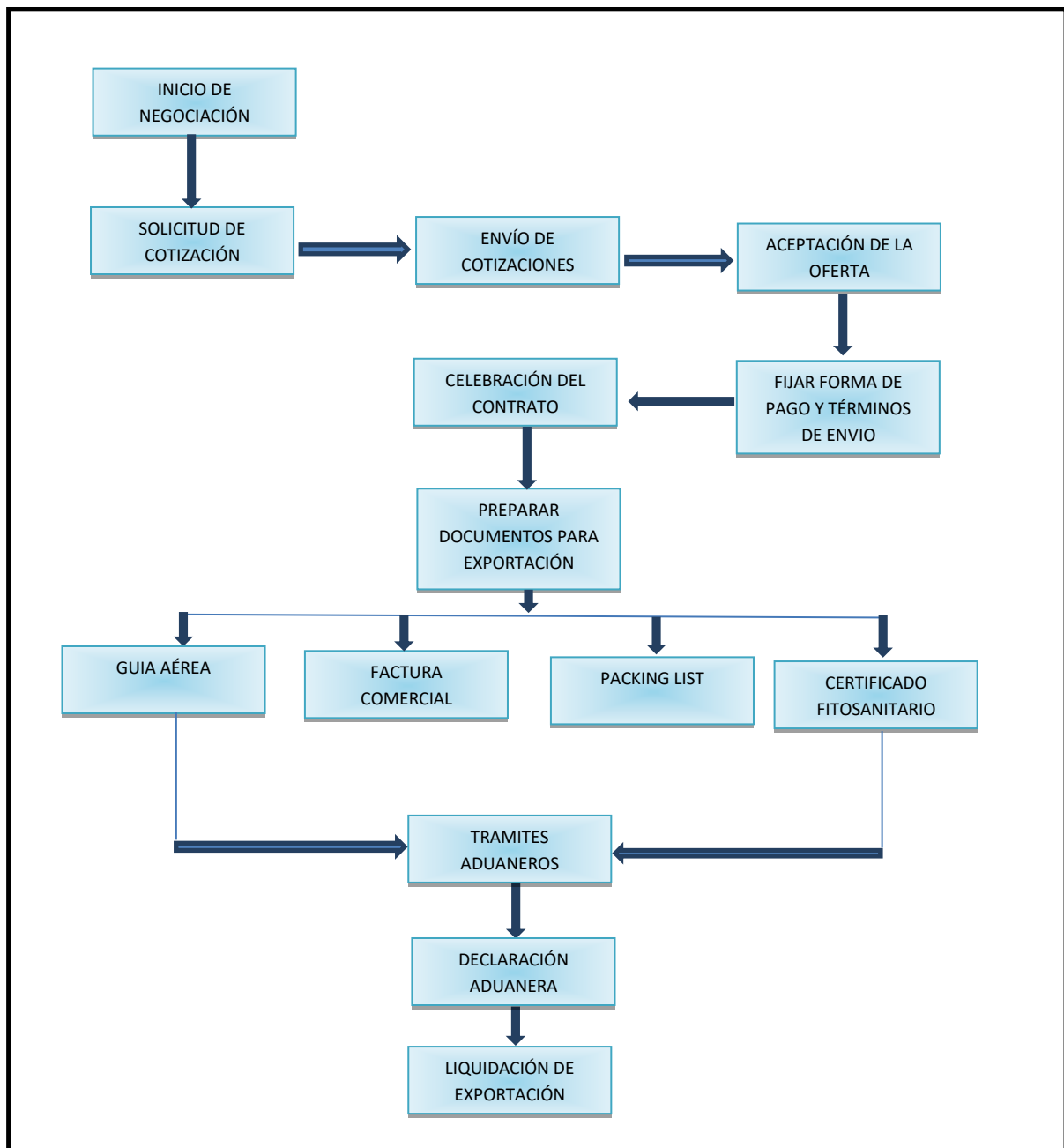
- ✓ Canal de aforo documental
- ✓ Canal de aforo físico instructivo
- ✓ Canal de aforo automático

Para el caso del canal de aforo automático, la autorización de salida, entiéndase con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

En el caso del canal de aforo documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual se procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiara su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del canal de aforo físico intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso de inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada. (SENAE, 2014)

FLUJOGRAMA DE PROCESO DE EXPORTACIÓN



4.8.2 Procedimiento Aduanero

Declaración Aduanera

El propietario, consignatario o consignante, en su caso, personalmente o a través de un agente de aduana presentará en el formulario correspondiente, la declaración de las mercaderías con destino al extranjero, en la que solicitará el régimen aduanero al que se someterán.

Es un formulario en el que se registran las exportaciones que cualquier persona desee realizar, la exportación se debe presentar en el distrito aduanero donde se formaliza la exportación junto con los documentos de acompañamiento y soporte que sean necesarios para dicha exportación.

Con la implementación del nuevo sistema ECUAPASS para el proceso de exportación se elimina la Orden de Embarque, solo deberá realizarse la Declaración Aduanera de Exportación (DAE). La DAE con el sistema ECUAPASS establece que el primer paso para realizar la Declaración de Exportación es la presentación de la DAE, una vez que la mercancía haya ingresado al Depósito temporal se procederá al Aforo de la mercancía de ahí se procederá a la salida de la mercancía y como paso final se realizara la presentación del Manifiesto. (Comunidad de Comercio Exterior en Ecuador, 2015)

Documentos de acompañamiento

Se constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo, deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de importación. Esta exigencia deberá constar en las disposiciones legales que el organismo regulador del comercio exterior establezca para el efecto.

Los documentos de acompañamiento deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera, cuando estos sean exigidos.

- ❖ Original o copia negociable del conocimiento de embarque, guía aérea o carta porte.
- ❖ Factura comercial
- ❖ Certificado de origen cuando proceda
- ❖ Los demás exigibles por las regulaciones expedidas por el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) y/o por el Directorio del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) en el ámbito de sus competencias.

FACTURA COMERCIAL

La factura comercial se encarga de expedir el exportador en la que deben constar los siguientes datos:

1. Nombre, apellido, dirección, teléfono y RUC del exportador.
2. Nombre, apellido, dirección, teléfono y RUC del importador.
3. Dirección de la empresa del exportador.

4. Dirección de la empresa del importador.
5. Puerto de embarque y de destino.
6. Forma de pago.
7. Datos del producto: Partida arancelaria o sub-partida, cantidad, descripción, valor unitario y total de la factura.

CERTIFICADO DE ORIGEN

El certificado de origen es indispensable para la exportación del producto ya que garantiza el origen de los productos para acogerse a la exoneración total o parcial de aranceles, para cada embarque se necesita un certificado de origen.

Por acuerdos comerciales entre Ecuador y Japón en los últimos meses ya no se están enviando las flores con certificado de origen.

CERTIFICADO FITOSANITARIO

El certificado fitosanitario es de suma importancia ya que en el mismo se certifica que las plantas o productos vegetales descritos han sido inspeccionados o sometidos a prueba, de acuerdo con procedimientos oficiales apropiados, y que se consideran estar libres de las plagas de cuarentena especificadas y en conformidad con los requisitos fitosanitarios establecidos por el país importador, y se estima que están prácticamente libres de otras plagas.

Tramites a realizarse

Presentada la declaración, el distrito aduanero verificará que ésta contenga los datos que contempla el formulario respectivo, los cotejará con los documentos de acompañamiento y comprobará el cumplimiento de todos los requisitos exigibles para el régimen. Si no hay observaciones, se aceptará la declaración fechándola y otorgándole un número de validación para continuar su trámite. Una vez aceptada, la declaración es definitiva y no podrá ser enmendada.

En caso de existir observaciones a la declaración, se devolverá al declarante para que la corrija dentro de los tres días hábiles siguientes. Corregida ésta el distrito la aceptará. Si el declarante no acepta las observaciones, la declaración se considerará firme y se sujetará en forma obligatoria al aforo físico. La declaración aduanera no será aceptada por el distrito cuando se presente con borrones, tachones o enmendaduras.

Aforo

Aforo es el acto administrativo de determinación tributaria a cargo de la administración aduanera que consiste en la verificación física o documental del origen, naturaleza, cantidad, valor, peso, medida y clasificación arancelaria de la mercadería.

4.8.3 Condiciones de compra (Incoterms más utilizados)

La premisa fundamental de toda negociación en Japón es la confianza que se alcance con el proveedor. En este sentido, el importador japonés estará interesado en conocer todos los detalles sobre el exportador y su empresa (esto incluye conocer personalmente a la persona con la que negociará una compra), es muy común que se solicite el envío de muestras del producto a fin de asegurarse de la calidad del mismo.

Los Incoterms (International Commercial Terms) son términos que permiten la entrega de bienes para identificar y determinar quién corre con los gastos de transporte, seguro de carga, despacho de aduanas y cuando hay un cambio de los riesgos y la responsabilidad del vendedor al comprador.

Para este proyecto se ha determinado el uso del incoterm CIP (Carriage and insurance paid to/ Transporte y seguro pagado hasta), que es utilizado para transporte aéreo e indica que el vendedor paga el flete del transporte de la mercadería hasta el destino convenido y además contrata el seguro y paga la prima correspondiente. El riesgo se transfiere al comprador en el momento de la entrega de la mercancía al transportista dentro del país de origen. Aunque el seguro lo ha contratado el vendedor, el beneficiario del seguro es el comprador.

4.8.4 Sistema de medidas

En las negociaciones internacionales pueden surgir problemas debido a que cada país puede aplicar las unidades de peso y medida a su modo. Es por este motivo que se debe utilizar un sistema reconocido a nivel internacional y mundial como es el Sistema Internacional de unidades y Medidas SI.

4.8.5 Condiciones de Pago

Salvo acuerdos contrarios, todas las facturas se pagarán, a 30 días de su emisión. Las posibles reclamaciones sobre cualquier suministro no eximen al comprador de pagar las facturas a su vencimiento.

Todo pago retrasado, cualquiera que sea su ejecución bien por vía amistosa o judicial, será sujeto de pleno derecho, y sin necesidad de demora, a la aplicación de intereses moratorios equivalentes a una vez

4.8.6 Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado

Los acuerdos mundiales sobre empaques, envases, y embalajes tienen un referente común: la norma verde europea. Otro de los códigos normativos y que son aplicables:

Norma ISO 3394: Rige las dimensiones modulares de las cajas, pallets y plataformas paletizadas.

R 87 o reglamentación 87: Aplicada a los productos para venta detallada, específicamente en la descripción del contenido de su envase o paquete.

Norma ISO 780 y 7000: Contiene las instrucciones de manejo, advertencia y símbolos pictóricos.

Norma NIMF N° 15 de 2003: Diseñada por la Secretaría de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, en Roma, señala las directrices para reglamentar las medidas fitosanitarias del embalaje de madera para exportaciones. Las medidas aprobadas en esta reglamentación deben ser aceptadas por todas las Organizaciones Nacionales de Protección Fitosanitaria (ONPF) y aplicadas no solo por los operadores logísticos internacionales, sino también por los productores nacionales de empaques, envases y embalajes para productos exportados, esto con el objetivo de reducir la posibilidad de transmitir enfermedades de las plantas y el ingreso de plagas por el transporte de madera cruda, al autorizar la entrada como la salida del embalaje.

Las rosas que se envíen a Japón, irán en cajas de cartón denominadas cajas tabaco, que tienen las siguientes medidas: 1.07 metros de largo, 32 cm de ancho y 25cm de alto. Estas cajas se las enzunchará tanto por dentro como por fuera para evitar que se maltrate la rosa. Las cajas irán en bodegas refrigeradas en el avión.

Se embalarán 80 cajas por cada embarque que se lo realizará mensualmente, anualmente se realizarán 12 embarques que equivale a 960 cajas.

El tamaño de letras en las etiquetas debe tener un tamaño mínimo de 8 puntos, la etiqueta debe indicar en japonés la siguiente información:

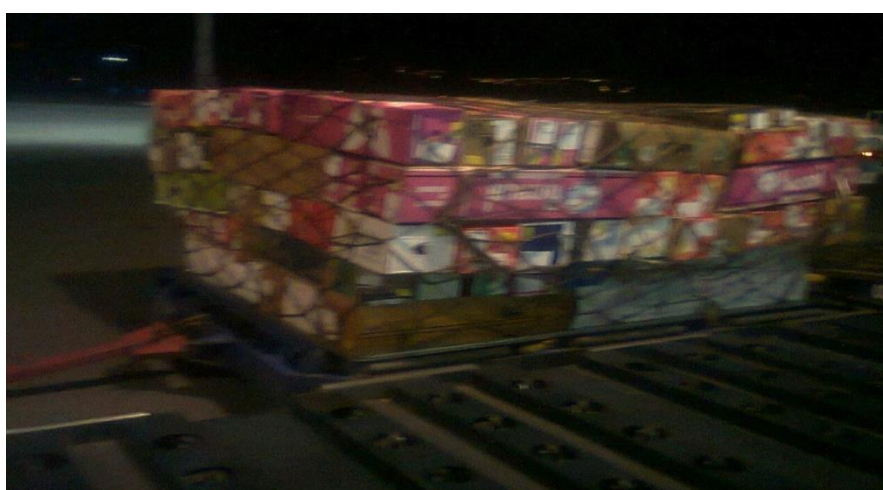
Nombre del producto

- ❖ País de origen
- ❖ Nombre del importador
- ❖ Ingredientes, además de aditivos, en orden descendiente al porcentaje de peso
- ❖ El peso neto en unidades métricas
- ❖ Fecha de vencimiento

Ilustración 26 ETIQUETA CAJA DE FLORES



Ilustración 27 SISTEMA DE EMBALAJE



El embalaje es uno de los elementos más importantes en la exportación, la correcta utilización de ellos permitirá preservar la calidad de su contenido.

Además, es importante recalcar que en la parte frontal de la caja no puede haber etiquetas engañosas o falsas, que no proporcionen la información requerida.

- 1) **Marcado de Origen:** El marcado de origen hace referencia con el país de manufactura, producción o cultivo del bien y los productos que no tengan marcado el origen no podrán ingresar al país de destino.

El marcado es importante porque sirve para indicar el país correcto para determinar el arancel aplicable.

- 2) **Etiquetado:** La información general que se requiere presentar en las etiquetas es la siguiente:

- ✓ En la parte frontal de la caja se debe consignar el nombre de la empresa, país de origen, números de teléfono, correo electrónico y los símbolos pictóricos para su adecuado despacho y almacenamiento.
- ✓ La sección del panel de información es la que se encuentra en la parte lateral del producto, en una caja rectangular vista de frente. En esta sección se debe consignar el nombre de la empresa, nombre del producto, y debe ir especificado el país de destino.

4.8.7 Procedimiento legal para la importación de productos en Japón

Se caracteriza por la uniformidad de los aranceles y de los procedimientos aduaneros, que deben ser pagados al ingreso de la mercadería en la región y posteriormente, pueden ser transportados de forma libre, dentro del territorio japonés. En esta región rige su comercio internacional, según los parámetros de la Organización Mundial de Comercio.

La tasa aduanera aplicada en Japón es la más baja de la OMC, para determinados países en desarrollo la Ley de arancel de Aduanas y la Ley de Medidas Arancelarias Temporales también proporcionan la Tasa Preferencial (SGP) para países en desarrollo y la Tarifa de la Nación más favorecida (NMF) para todos los países miembros de la OMC, que es aplicable a determinados productos. La mayoría de las tarifas se evalúan a tasas Ad Valorem, que se aplican al valor en aduanas de las mercaderías importadas. (Japón Customs, 2013)

La tarifa arancelaria aplicada según datos del MAC MAP por Japón a los productos ecuatorianos que ingresan a este mercado, se detallan a continuación.

Tabla 35 TARIFAS DE ENTRADA APLICADAS POR JAPÓN A PRODUCTOS ECUATORIANOS

TARIFAS DE ENTRADA APLICADAS POR JAPÓN A PRODUCTOS ECUATORIANOS

Producto	Descripción	Preferencia	Tarifa Aplicada	Total Ad valorem
030341	Albacoras o atunes blancos congelados excluido filete, hígado	MFN Duties	3,50%	3,50%
030379	Los demás pescados congelados, excluidos filetes, hígados, huevas	MFN Duties	5,02%	5,02%
060390	Flores y capullos, para ramos o adornos, secos, blanqueados, teñidos	MFN Duties	0,00%	0,00%
180310	Pasta de cacao, sin desgrasar	MFN Duties	3,50%	3,50%
030613	Camarones, langostinos y demás decápodos	MFN Duties	1,00%	1,00%
080300	Bananas o plátanos, frescas o secas	MFN Duties	10,00%	10,00%
180100	Cacao en grano, entero o perdido, crudo o tostado	MFN Duties	0,00%	0,00%
070410	Coliflores y Brócoles, frescos o refrigerados	MFN Duties	3,00%	3,00%

Fuente: Trademap CCI (Centro de Comercio Internacional)

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

Para el ingreso de flores hacia Japón. El producto debe utilizar el Sistema Armonizado de nomenclaturas de clasificación, bajo la partida 0603.90.00 y aprobar los controles de Calidad a la importación, Inspección Sanitaria e Inspección Fitosanitaria.

4.8.8 Preferencias Arancelarias

Hasta el momento el Ecuador no ha firmado ningún tratado de libre comercio con Japón, por esta razón al momento los productos ecuatorianos solo se benefician en Japón por la cláusula de la Nación más Favorecida.

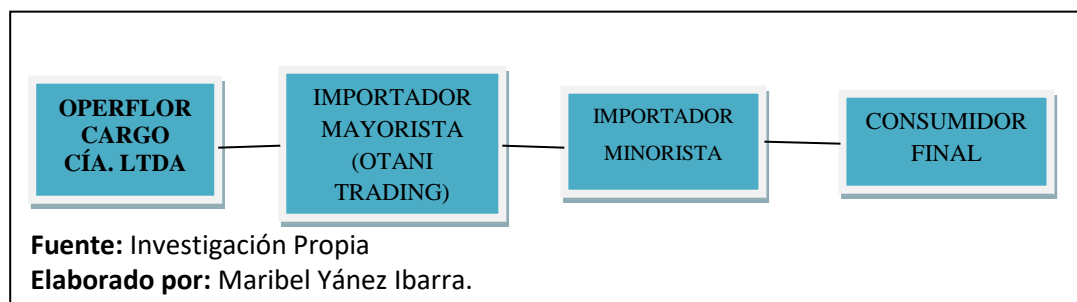
4.8.8.1 Cláusula de la Nación Más Favorecida (MFN)

Es la extensión automática de cualquier tratamiento que se concederá a una parte, del mismo modo a todas las demás partes en un acuerdo de comercio internacional.

Esto quiere decir que, las condiciones más favorables de acceso que se hayan concedido a un país deben otorgarse automáticamente a todos los demás participantes en el sistema. Esto permite que todos se beneficien, sin necesidad de nuevas negociaciones, de las concesiones que puedan haber sido convenidas entre importantes interlocutores comerciales con una gran capacidad de negociación.

4.9. Canales de Distribución

Ilustración 28 CANALES DE DISTRIBUCIÓN



Como se puede apreciar, Operflor Cargo Cía. Ltda., establece un canal de distribución sencillo en el que se incluye a los productores de flores, los mismos que nos entregaran el producto y lo que haremos es por medio del importador mayorista (Otani Trading Ltd.) y minorista en Japón llegaremos al consumidor final.

Los datos del cliente OTANI TRADING LTD., 245 2925 Kawakami Narita 2870223. PH 81476493000 FX: 81476738701 CHIBA 267 0244- JAPAN.

Hay que tomar en cuenta también en base a la experiencia de varios exportadores, lo más importante de la cadena de distribución antes citada, para exportadores de países en vías de desarrollo como en Ecuador, son los importadores (importado mayorista Tokio-Japón), estos últimos no solo tienen experiencia y conocimientos en el mercado internacional, sino que también mantienen fuertes relaciones comerciales con proveedores y compradores de todo el mundo. En vista de que sirven a grandes organizaciones como los supermercados, el

importador hará énfasis en funciones como flujo de los productos hacia el destino final, también juega un papel preponderante en el control de la calidad y logística.

Por lo expuesto anteriormente la Empresa Operflor Cargo Cía. Ltda., contactara varios importadores incluyendo el más importante como es Otani Trading que estén interesados en las flores ecuatorianas, para ofrecerle un producto de calidad y a un precio competitivo.

El volumen de exportación del cliente Otani Trading es el siguiente, pero hay que tener en cuenta que no siempre va hacer el mismo volumen en todos sus embarques ya que hay fechas en donde exportan más o en menos cantidad.

Diario 500 kilos

Semanal 3.000 kilos

Mensual 12.000 kilos

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

En el presente proyecto se pretende analizar los posibles beneficios económicos que se obtendrá al exportar flores (rosas) hacia el mercado japonés, para esto es necesario hacer una evaluación económica a través de indicadores como el VAN, el TIR que ayudarán a tomar la decisión si se ejecuta este proyecto o no.

Es necesario tomar en cuenta algunas herramientas contables para obtener los indicadores financieros que se detallan a continuación:

5.1 Estados Financieros

Los Estados Financieros tienen como objetivo pronosticar un panorama más real para una correcta toma de decisiones como objetivo pronosticar un panorama más real para una correcta toma de decisiones. Se los elabora en base a los presupuestos estimados de cada uno de los rubros que intervienen en su operación. (Guía para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión)

5.1.1 Balance General

El Balance General refleja la situación financiera con la cual la empresa terminara un periodo económico. Este balance permite conocer el valor real de los recursos que dispone la empresa y sus obligaciones en un periodo determinado, bajo el criterio de partida doble. De acuerdo a los datos del Balance de Situación General, la Empresa Operflor Cargo Cía. Ltda., presenta la siguiente estructura financiera.

Tabla 36 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA							
OPERFLOR CARGO CÍA. LTDA.							
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013							
ACTIVO				PASIVOS			
ACTIVO CORRIENTE			1.529.427,12	PASIVO CORRIENTE			307.295,39
Efectivo	9.142,16			Cuentas y Documentos por pagar	6.647,26		
ACTIVOS FINANCIEROS		1.509.881,68		Provisiones	595,75		
Documentos y cuentas por cobrar	1.522.380,31			OBLIGACIONES CORRIENTES		29.378,66	
(-) Provisión Ctas. Por cobrar	12.498,63			Con administración tributaria	4.425,46		
INVENTARIOS		2.857,03		Impuesto a la Renta por pagar	5.489,85		
Inventarios de Suministros y Materiales	2.857,03			IESS por pagar	1.771,03		
OTROS ACTIVOS				Beneficios de Ley trabajadores	3.942,09		
SERVICIOS Y OTROS PAGOS POR ANTICIPADO		798,12		Participación trabajadores por pagar	13.750,23		
Seguros Pagados por anticipado	319,72			PASIVOS FINANCIEROS		9.208,05	
Anticipo a proveedores	478,40			Anticipo de clientes	9.208,05		
ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES		6.748,13		OTROS PASIVOS CORRIENTES		261.465,67	
Crédito Tributaria a favor de la empresa(I	6.748,13			PASIVOS NO CORRIENTES			948.184,41
ACTIVOS NO CORRIENTES			18.441,41	PROVISIONES POR BENEFICIOS A EMPLEADOS		1.417,58	
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO		8.511,58		Otros beneficios no corrientes	1.417,58		
Edificios	9.386,06			OTROS PASIVOS NO CORRIENTES		946.766,83	
Instalaciones	13.250,00			TOTAL PASIVOS			1.255.479,80
Muebles y Enseres	111.502,79			PATRIMONIO			
Maquinaria y Equipo	19.194,32			CAPITAL			100.000,00
Equipo de Computo	16.641,82			Capital Suscrito o asignado	100.000,00		
Vehiculos	17.685,25			RESERVAS			18.680,19
Otros propiedad, planta y equipo	7.324,80			Reserva Legal	18.680,19		
Repuestos y Herramientas	10.008,68			RESULTADOS ACUMULADOS			119.057,53
(-) Depr. Acum. Propiedad, planta y equi	196.482,14			Ganancias acumuladas	272.538,84		
ACTIVOS INTANGIBLES		1.196,96		(-) Pérdida acumulada	156.499,96		
Otros Intangibles	1.196,96			(-) Resultados acumulados	36.412,94		
OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES		8.732,87		Reserva de Capital	39.431,59		
Inversiones Asociadas	1.000,00			RESULTADOS DEL EJERCICIO			54.651,01
Otras Inversiones	7.732,87			Ganancia del ejercicio	54.651,01		
TOTAL ACTIVOS			1.547.868,53	TOTAL PATRIMONIO			292.388,73
				TOTAL PASIVO +PATRIMONIO			1.547.868,53

Fuente: Departamento de Contabilidad Operflor Cargo Cía. Ltda.
Elaborado por: Maribel Yánez

5.1.2 Estado de Resultados

Es Estado de Resultados refleja la situación económica de la empresa la misma que puede ser utilidad o perdida durante cierto periodo de tiempo en éste caso Diciembre del 2013 es cual refleja una utilidad neta de \$ 54.651,01

A continuación se detalla el Estado de Resultados del periodo Diciembre del 2013.

Tabla 37 ESTADO DE RESULTADOS
ESTADO DE RESULTADOS
OPERFLOR CARGO CÍA. LTDA.
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013

Ventas		847.769,29
Prestación de Servicios	797.298,99	
Otros Ingresos de actividades ordinarias	50.470,30	
(=) Utilidad Bruta		847.769,29
(+) Otros Ingresos		51.392,94
Otras Rentas	51.392,94	
(=) Total Ingresos		899.162,23
(-) Gastos		807.494,05
Gastos Administrativos	704.902,20	
Gastos de Ventas	102.591,85	
(=) Utilidad antes 15% trabajadores		91.668,18
(-) 15% Participación Trabajadores		13.750,23
(=) Utilidad antes de Impuestos		77.917,95
(-) Impuesto a la Renta Causado		23.266,94
(=) Utilidad Neta		54.651,01

Fuente: Departamento de Contabilidad Operflor Cargo Cía. Ltda.
Elaborado por: Maribel Yáñez

5.1.3 Flujo de Efectivo

El Flujo de efectivo genera un pronóstico de ingresos y egresos en efectivo que permite apreciar su fluidez, a partir de la información obtenida del Estado de Resultados.

La depreciación y amortización no representa una salida de efectivo, por lo tanto no refleja un costo real, pero se los tomará en cuanto al calcular la Utilidad Gravable y el Impuesto a la Renta, razón por la cual estos rubros se restarán en primera instancia y posteriormente se sumarán para establecer el Flujo de Efectivo. (Sapag & Sapag, 2003)

A continuación se detalla el Flujo de Efectivo de la empresa.

Tabla 38 FLUJO DE EFECTIVO

**FLUJO DE EFECTIVO
OPERFLOR CARGO CÍA. LTDA.**

CUENTAS	2009	2010	2011	2012	2013
Ventas	690.513,39	726.856,20	765.111,79	805.380,83	847.769,29
TOTAL INGRESOS	690.513,39	726.856,20	765.111,79	805.380,83	847.769,29
Gastos Operacionales	574.147,25	604.365,53	636.174,24	669.657,09	704.902,20
Participación a Trabajadores	17.454,92	18.373,60	19.340,63	20.358,56	21.430,06
Impuesto a la Renta	24.727,81	26.029,27	27.399,23	28.841,30	30.359,26
TOTAL COSTOS Y GASTOS	616.329,98	648.768,40	682.914,10	718.856,95	756.691,52
FLUJO DE CAJA	74.183,41	78.087,80	82.197,69	86.523,88	91.077,77

Fuente: Departamento de Contabilidad Operflor Cargo Cía. Ltda.

Elaborado por: Maribel Yáñez I.

Tabla 39 CÁLCULO PROYECCIÓN DE INGRESOS

	AÑO	Y	X	X.Y	X2
2009	1	690.513,39	-1	(690.513,39)	1
2010	2	726.856,20	-2	(1.453.712,40)	4
2011	3	765.111,79	0	-	0
2012	4	805.380,83	1	805.380,83	1
2013	5	847.769,29	2	1.695.538,58	4
		3.835.631,50		356.693,62	10

$$a = \frac{\sum y}{n} = \frac{3.835.631,50}{5} = 767.126,30$$

$$b = \frac{\sum xy}{x^2} = \frac{356.693,62}{10} = 35.669,36$$

$$Y=a+bx$$

$$Y(2014)=767.126,30+35.669,36 (3)=874.134,38$$

$$Y(2015)=767.126,30+35.669,36 (4)=909.803,74$$

$$Y(2016)=767.126,30+35.669,36 (5)= 945.473,10$$

$$Y(2017)=767.126,30+35.669,36 (6)= 981.142,46$$

$$Y(2018)=767.126,30+35.669,36 (7)=1.016.811,82$$

$$Y(2019)=767.126,30+35.669,36 (8)=1.052.481,18$$

Tabla 40 CÁLCULO PROYECCIÓN DE EGRESOS

	AÑO	Y	X	X.Y	X2
2009	1	616.329,98	-1	(616.329,98)	1
2010	2	648.768,40	-2	(1.297.536,80)	4
2011	3	682.914,10	0	-	0
2012	4	718.856,95	1	718.856,95	1
2013	5	756.691,52	2	1.513.383,04	4
		3.423.560,94		318.373,21	10

$$a = \frac{\sum y}{n} = \frac{3.423.560,94}{5} = 684.712,19$$

$$b = \frac{\sum xy}{x^2} = \frac{318.373,21}{10} = 31.837,32$$

$$Y=a+bx$$

$$Y(2014)=684.712,19+3.1837,32 (3)= 780.224,15$$

$$Y(2015)=684.712,19+3.1837,32 (4)= 812.061,47$$

$$Y(2016)=684.712,19+3.1837,32 (5)= 843.898,79$$

$$Y(2017)=684.712,19+3.1837,32 (6)= 875.736,11$$

$$Y(2018)=684.712,19+3.1837,32 (7)= 907.573,43$$

$$Y(2019)=684.712,19+3.1837,32 (8)= 939.410,75$$

Tabla 41 FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

AÑO		2014	2015	2016	2017	2018	2019
INGRESOS	420.000,00	874.134,38	909.803,74	945.473,10	981.142,46	1.016.811,82	1.052.481,18
EGRESOS		780.224,15	812.061,47	843.898,79	875.736,11	907.573,43	939.410,75
FLUJO DE EFECTIVO		93.910,23	97.742,27	101.574,31	105.406,35	109.238,39	113.070,43

5.1.4 Valor Actual Neto

El valor actual neto significa traer a valores de hoy los flujos futuros y se calculan sacando la diferencia entre todos los ingresos y los egresos o en su defecto el flujo neto de caja expresado en moneda actual a través de una tasa de descuento. (Barreno, 2004)

A continuación calculamos el VAN.

$$VAN1 = \sum \left[\frac{FN}{(1+i)^n} \right] - I_o$$

$$VAN1 = \left[\frac{93.910,23}{(1,1326)^1} \right] + \left[\frac{97.742,27}{(1,1326)^2} \right] + \left[\frac{101.574,31}{(1,1326)^3} \right] + \left[\frac{105.406,35}{(1,1326)^4} \right] + \left[\frac{109.238,39}{(1,1326)^5} \right] + \left[\frac{113.070,43}{(1,1326)^6} \right] - 420.000$$

$$VAN1 = 82.915,62 + 76.195,49 + 69.912,39 + 64.056,08 + 58.612,80 + 53.566,05 - 420.000$$

$$VAN1 = -14.741,57$$

$$VAN2 = \left[\frac{93.910,23}{(1,12)^1} \right] + \left[\frac{97.742,27}{(1,12)^2} \right] + \left[\frac{101.574,31}{(1,12)^3} \right] + \left[\frac{105.406,35}{(1,12)^4} \right] + \left[\frac{109.238,39}{(1,12)^5} \right] + \left[\frac{113.070,43}{(1,12)^6} \right] - 420.000$$

$$VAN2 = 83.848,42 + 77.919,54 + 72.298,58 + 66.987,62 + 61.984,79 + 57.284,99 - 4200.000$$

$$VAN2 = 323,94$$

5.1.5 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Mediante una serie de ingresos y egresos la tasa interna reduce a cero las equivalencias del valor actual neto o del valor futuro. Este índice de rentabilidad es ampliamente aceptado, este se suma a los interiores y nos va a mostrar si conviene o no invertir en el proyecto. El TIR nos dice que entre mayor sea el porcentaje, mayor rentabilidad tendrá el proyecto.

FORMULA

$$TIR = i1 + (i2 - i1) \left[\frac{VAN1}{VAN1 - VAN2} \right]$$

Calculo de la Tasa Interna de Retorno

$$TIR = 1,1326 + (1,12 - 1,1326) \left[\frac{-14.741,57}{-14.741,57 - 323,94} \right]$$

$$TIR = 1,12 * 100$$

$$TIR = 112\%$$

La tasa Interna de Retorno (TIR) de este proyecto es de 112%, con el cálculo de este índice podemos concluir que el proyecto a más de ser rentable, nos garantiza una recuperación de su inversión.

5.1.6 Relación Beneficio/Costo

Formula

$$RB/C = \left[\frac{VN + VAN1}{C} \right]$$

Calculo de Relación Beneficio/Costo

$$RB/C = \left[\frac{530.951,62 + (-14.741,57)}{5.000.000} \right]$$

$$RB/C = \left[\frac{516.210,05}{420.000} \right]$$

$$\frac{RB}{C} = 1,22$$

$$RB/C = \left[\frac{VN + VAN2}{C} \right]$$

$$RB/C = \left[\frac{530.951,62 + 323,94}{420.000} \right]$$

$$RB/C = \left[\frac{531.275,56}{420.000} \right]$$

$$RB/C = 1,26$$

Si el resultado es mayor que 1, significa que los ingresos netos son superiores a los egresos netos. En otras palabras, los beneficios (ingresos) son mayores a los sacrificios (egresos) y, en consecuencia, el proyecto generará riqueza a una comunidad. Si el proyecto genera riqueza con seguridad traerá consigo un beneficio social.

Si el resultado es igual a 1, los beneficios igualan a los sacrificios sin generar riqueza alguna. Por tal razón sería indiferente ejecutar o no el proyecto.

Tabla 42 INDICADORES FINANCIEROS

VAN1	-14.741,75
VAN2	323,94
TIR	112%
RB/C1	1,22
RB/C2	1,26

IDEA A DEFENDER

Si la Empresa Operflor Cargo Cía. Ltda., sigue los pasos de este análisis obtendrá beneficios necesarios para incrementar los ingresos de ventas y utilidades a partir de su aplicación.

Como se ha podido visualizar en los estados financieros, proyecciones y evaluación financiera año tras año se obtendrá incrementos, es por eso que propongo a la Empresa Operflor Cargo Cía. Ltda., ejecutar este proyecto ya que incrementara su rendimiento financiero y económico y a la vez ayudara a satisfacer las necesidades de los consumidores de un nuevo mercado y por ende a la economía del país.

CONCLUSIONES

- El mercado de Japón está catalogado como la tercera potencia del planeta, con preferencia por productos novedosos originales y que sean de alta calidad y diversidad. Al analizar el mercado japonés se ha constatado que la producción de rosas es muy escasa debido a sus desventajas climáticas, de infraestructura, apoyo del estado entre otras, esto se refleja en sus exportaciones, lo que permite que las rosas ecuatorianas sean muy acogidas en dicho mercado.
- Ecuador como la Empresa Operflor Cargo Cía. Ltda., cumple con todos los requisitos necesarios para poder entrar con flores al mercado japonés, para así cubrir la demanda insatisfecha que presenta dicho mercado.
- El prestigio que tienen las flores ecuatorianas abierto muchos nichos de mercado. En calidad, el principal competidor del Ecuador en la venta de rosas a Japón es Holanda, pero este país cuenta solo con producción estacional lo que le da una ventaja competitiva a Ecuador que produce durante todo el año. Gracias a los análisis financieros podemos conocer y demostrar que el proyecto de exportación de flores es factible, ya que nos refleja ganancias significativas, y muy atractivas para poner en marcha el proyecto.

RECOMENDACIONES

- ✓ Es de gran importancia encontrar nuevos mercados especialmente en los países asiáticos ya que existe una gran demanda de rosas en Tokio, debido a su calidad, variedad y tamaño además el Ecuador tiene una oferta exportable excelente la cual debe ser aprovechada. En caso de que la demanda del mercado japonés responda adecuadamente, se recomienda implementar tecnología de punta para mejorar la productividad sin afectar la calidad.
- ✓ Conservar una administración responsable tanto en la producción, como en las negociaciones de exportación, mediante un nivel de producción acorde a las exigencias del mercado japonés.
- ✓ No se deberá desaprovechar oportunidades de nuevos mercados y a la vez no perder relaciones comerciales con el mercado japonés, es por eso que se recomienda ejecutar el proyecto ya que el índice financiero demuestra la rentabilidad del mismo.

BIBLIOGRAFÍA

- Aduana del Ecuador*. (01 de 01 de 2014). Obtenido de <http://www.aduana.gob.ec/ace/intro.action>
- AGROCALIDAD*. (2014). Obtenido de Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la calidad del Agro: <http://www.agrocalidad.gob.ec/la-institucion/>
- Angelfire. (15 de Diciembre de 2010). *Estudio de Factibilidad*. Obtenido de <http://www.angelfire.com>
- Armstrong, P. K. (2009). Mercado. En P. K. Armstrong, *Fundamentos de Marketing y del proceso de Marketing. en fundamentos de Marketing* (pág. 41). Mexico: Pearson Educación.
- Barreno, L. (2004). *Manual de Formulación y Evaluación*. Pichincha: Cámara Ecuatoriana del Libro.
- Caballero, I. P. (2012). Arancel. En I. P. Caballero, *Comercio Internacional, Una visión general de los instrumentos operativos del comercio exterior*. (pág. 226). Bogotá: Ediciones de U e ideas propias.
- Codificación de la Ley de Sanidad Vegetal Art.1. (2004). Obtenido de Codificación de la Ley de Sanidad Vegetal. Art. 1
- Código Orgánico de la producción, Comercio e Inversiones*. (2014). Quito.
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI*. (29 de Diciembre de 2010). Ecuador.
- Comunidad de Comercio Exterior en Ecuador*. (01 de Enero de 2015). Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/declaracion-aduanera-de-exportacion-dae>
- Conoce Japón*. (15 de Enero de 2012). Obtenido de Información General: <http://www.concejapon.com/japon/>
- Contreras, P., Fisher, P., & Kotschwar, B. (2003). *Diccionario de Términos de Comercio*.
- Definiciones. (1 de octubre de 2008). *Definicionesabc*. Obtenido de <http://definicion.de/comercializacion/>
- Ecuador Channel*. (16 de Marzo de 2013). Obtenido de Las flores abundan en el Ecuador: <http://www.ecuador.com>
- Expoflores*. (2014). Obtenido de <http://www.expoflores.com/index.php/qui-somos/socios-expoflores>

- Flores Mundiales*. ((s.f)). Obtenido de Flores mundiales:
http://www.flores_mundial/flores_mundial.asp
- Gestiopolis. (07 de marzo de 2014). *Gestiopolis*. Obtenido de
<http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/eco/36/acuerdcom.htm>
- Guía para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. (s.f.). México: Nacional Financiera.
- Hernández, R. (2010). Proyecto, Tipo de proyecto. En R. Hernandez, *Metologia de la Investigación* (pág. 385). México: Mc Graw Hill.
- INIAP. (2014). Obtenido de Instituto Nacional Autónomo de Investigación Agropecuarias:
<http://www.iniap.gob.ec/web/la-institucion/>
- Inversiones, D. d. (31 de Diciembre de 2013). *Proecuador*. Obtenido de
<http://www.proecuador.gob.ec/pubs/analisis-sector-flores-2013/>
- J. Rachman, D. H. (1996). *Introducción a los negocios enfoque mexicano*. México: Mc Graw Hill.
- Japán Customs*. (2013). Obtenido de <http://www.customs.go.jp/english/summary/tariff.htm>
- Klasman, R. (Julio de 2009). *Enfriar las flores*. Obtenido de El Florista:
<http://www.buscagro.com/>
- Kotler, P. (2000). *Introducción al Marketing*. Madrid: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Libertador, A. (2003). Proyecto de Factibilidad. En A. Libertador, *Proyectos* (pág. 190). México: Mc Gran Hill.
- Magap*. (s.f.). Obtenido de <http://www.magap.gob.ec/mag01/index.php>
- MAGAP*. (2014). Obtenido de Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca:
<http://www.agricultura.gob.ec/>
- Miguel, M., & M, R. (2010). *Manual Práctico de Comercio Exterior*. Madrid: Fc Editorial.
- MIPRO*. (2014). Obtenido de Ministerio de Industrias y Productividad:
<http://www.industrias.gob.ec/el-ministerio/>
- MREMH*. (2014). Obtenido de Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana:
<http://cancilleria.gob.ec/el-ministerio/>
- Olamendi, G. (2011). *Diccionario de Marketing*. España: Academica Española.
- Operflor Cargo Cía. Ltda*. (1 de Agosto de 2014). Obtenido de
<http://www.operflorcargo.com/operflorcargo/operWeb/servicies.html>

- Orbea, M. (2009). Guía para la gestión de residuos peligrosos en el sector Floricultor. Quito: GN.
- PROECUADOR. (01 de Enero de 2010). Obtenido de Incoterms: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>
- PROECUADOR. (31 de Diciembre de 2012). Obtenido de Perfil Logístico de Estado de Japón: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/PROEC_PL2012_JAPON.pdf
- PROECUADOR. (1 de Enero de 2014). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/flores/>
- Propiedades, P. (20 de Septiembre de 2012). *Jaimamlkauzar*. Obtenido de <http://propiedadesdeplantas.jaimaalkauzar.es>
- Red Ecuatoriana. (15 de Febrero de 2011). *Portal Ecuador país exportado*. Obtenido de <http://portal.redecuadoriana.com>
- Rodríguez, C. (2009). *Diccionario de Economía*. Mendoza.
- Sapag, R., & Sapag, N. (2003). *Preparación y Evaluación de Proyecto*. México: McGraw Hill Interamericana.
- SENAE. (2014). Obtenido de Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador: http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action
- SRI. (2014). Obtenido de Servicio de Rentas Internas: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/67>